جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
كليـة الدراســات العليــا
قسم العدالة الجنائية

الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودى

(دراسة نظرية وتطبيقية)

دراسة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في قسم العدالة الجنائية تخصص التشريع الجنائي الإسلامي

إعداد
خالد محمد سعد الرشيد

إشـــــراف
د. أسامة محمد عجب نور

الرياض
١٤٢٤هـــ-٢٠٠٣م

أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية
كلية الدراسات العليا
قسم العدالة الجنائية

الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي

(دراسة نظرية وتطبيقية)

"بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العدالة الجنائية – تخصص التشريع الجنائي الإسلامي "

إعداد
خالد محمد سعد الرشيد

إشراف
د. أسامة محمد عجب نور

الرياض
١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣ م

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University for Security Sciences

كلية الدراسات العليا

قسم : **العدالة الجنائية** نموذج رقم (٢٦)

تخصص : **التشريع الجنائي الإسلامي**

ملخص رسالة ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

عنوان الرسالة : الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي.
(دراسة نظرية وتطبيقية)

إعداد الطالب : خالد محمد سعد الرشيد

إشراف : د. أسامة بن محمد عجب نور

لجنة مناقشة الرسالة :

١ - د.أسامة بن محمد عجب نور. مشرفاً

٢ - د.محمد بن حمد الهوشان. عضواً

٣ - د.محمد المدني ابو ساق . عضواً

تاريخ المناقشة : ١٤٢٤/٩/١٦هـ الموافق ٢٠٠٣/١١/١٠م.

مشكلة البحث : تبرز في كيفية التصدي لظاهرة الاعتداءات على العلامات التجارية والحد منها بالحماية الجنائية اللازمة ، و تظهر المشكلة جلية في هذا سؤال(هل النظام الحالي المعمول به لحماية العلامات التجارية بالمملكة العربيـة الـسعودية يعـد كافيـاً للتصدي لظاهرة الاعتداءات على العلامات التجارية ؟ والـى أي مـدى تحقـق نصوصه وأحكامه الهدف المنشود من وضعها).

أهمية البحث : تبرز في إيضاح و بيان دور الدولة في الحماية الجنائية للعلامات التجارية لأهميتها في الجانب الاقتصادي ودورها في التأثير على التاجر و المستهلك ، و خطورة الاعتداء عليها وأهمية التصدي لذلك ، والتأصيل والتكييف الشرعي لهذا الاعتداء ، وبيان أوجه المقارنة بين النظام السعودي وأنظمة دول الأخرى من خلال إيضاح أوجه الاتفاق والاختلاف فيما بينهما.

أهداف البحث : بيان مفاهيم الاعتداء على العلامات التجارية بإيضاح إجراءات تسجيل العلامات التجارية في النظام السعودي والآثار الحقوقية المترتبة عليه ، الحق في ملكية العلامات التجارية السعودية والآثار المترتبة عليها وإمكانية التصرف فيها، وبيان التكييف الشرعي لجرائمها والعقوبات المترتبة في الفقه الإسلامي، وتحديد جرائم الاعتداء على العلامات التجارية التي سن لها المنظم السعودي اللوائح والقوانين والعقوبات ، والوقوف على إجراءات الحماية الجنائية للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية التي تساهم في منع الاعتداء وبيان جهات الاختصاص (الإداري والقضائي) التي تباشر هذا الدور، و دراسة قضايا اعتداء على العلامات التجارية وتحليل مضمون الأحكام الصادرة فيها للوقوف على مدى فاعلية تطبيق القضاء لنصوص النظام.

تساؤلات البحث : تكمن في الآتي (ما طبيعة العلامات التجارية طبقاً لنظام العلامات التجارية السعودي، و ما الإجراءات المتخذة في النظام السعودي لتسجيل العلامات التجارية وما الآثار الحقوقية المترتبة عليه، وما التكييف القانوني للحق في ملكية العلامات التجارية ،وما الآثار المترتبة عليها ، وما التأصيل والتكييف الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامات التجارية وما العقوبات الشريعة الإسلامية عليها، وما أنواع جرائم الاعتداء على العلامات التجارية، والى أي حد تم تغطيتها في نصوص النظام السعودي وفرض عقوبات مناسبة لها، وما إجراءات الحماية الجنائية المتخذة في المملكة للحد من الاعتداء على العلامات التجارية وما الجهات المختصة بذلك).

منهج البحث : اتبع في البحث المنهج الاستقرائي التأصيلي النقدي فيما يتعلق بالجانب النظري بالإضافة إلى منهج تحليل المضمون عند دراسة الحالة فيما يتعلق بالجانب التطبيقي وردها إلى الجانب النظري.

أهم النتائج : إن العلامة التجارية ذات أهمية في الميدان التجاري للمستهلك والتاجر علـى حد سوى ، وأنها تصنف قانونياً من عناصر الملكية الصناعية والتجارية ومـن مفردات الملكية الفكرية وهي حق معنوي ناتج عن الذهن ، وأن النظام السعودي للعلامات كفل الحماية القانونية للعلامة التجارية المسجلة ورتب حقوقاً لذلك وحدد النظام صور جرائم الاعتداء بشكل كافي للتصدي لـه رغـم ضـعف العقوبـة المنصوص عليها لردع المخالف، وتكفل بإجراءات فاعلة لتطبيق النظـام مـن تحري وجمع استدلال وتحقيق وادعاء عام وما يتخذ من إجراءات تحفظية ، وقد ترك للقاضي وموظف التسجيل شطب العلامة وفق الـشروط النظاميـة ، وأن الشريعة الإسلامية أصلت وكيفت الاعتداء على العلامة بأنه من أفعـال الغـش والخداع وصنفتها جرائم تعزير.

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University for Security Sciences

Collage of Graduate Studies

Department: the criminal justice **Specialization:** Islamic criminal law

Thesis abstract

Thesis title: the criminal protection of the trade marks in the Saudi law.
(Practical and theoretical study)
Prepared by: Khalid Mohammed Saad Al-Rasheed
Supervisor: Dr. Osama Bin Mohammed Ajab Nour
Thesis Defense Committee :

1- Dr. Osama Bin Mohammed Ajab Nour
2- Dr. Moahmmed Bin Hamad Al-Hushan (member)
3- Dr. Moahmmed Al-Madani Abu Saq (member)

Defense Date: 16-9-1424 (10-11-2003)

Research problem: the problem of the thesis implies in how to prevent the breach of the trade marks and preserve them by the criminal protection. The problem appears clearly in the following question (is the current law in the Saudi Arabia is sufficient to protect the breaching of the trade marks?) and to what extent the articles and deeds of the law could obtain the supposed objective?

Research Importance: the importance of the lies on the role of the state in the criminal protection for the trade marks for their importance in the economic aspect, and their impact role on the trader and the consumer. Also, it reveals the risk of violating them and the importance to protect them. And the origin and lawful adoption of this breaching, and to show the sides of the comparisons between the Saudi law and the laws of other states law showing the similarities and differences.

Research objectives: to show the principles of the violating of the trade marks, showing the registration procedure of the trade marks in the Saudi law and the responsibilities of this. The right to have the Saudi trade marks and the results of it, and the possibility to have the right to be free to change it. Also, to show the law adjustment for their breaches

and the penalties for them in the Islamic law, and to identify the crimes of breaching the trade marks in the Saudi law, regulations and penalties. And to be attentive on the procedures of the protection of the trade marks in the Saudi Arabia kingdom which contributes in preventing this breach and to assign the concerned authorities (administrative and judicial) which begins in this role. And to study the case of violating the trade marks and to analyze the content of issued verdicts to verify the effectiveness of applying the articles of the law.

Research Hypothesis/ Questions: lay in the following (what is the nature of the trade marks according to the Saudi law, and what are the procedures in the Saudi law to register the trade marks and what are the lawful impact on it. What is the lawful adjustment for the right to have the trade mark , what are the duties for this, what is the lawful adjustment for the violating crime on the trade marks and what are the Islamic penalties for this violating, what are the kinds of violating of the trade marks and to what extent they are covered by the Saudi law and arranging the appropriate penalties, what are the procedures in Saudi Arabia to restrict the act of violating on the trade marks , and what are the concerned authorities for this)

Research Methodology: the research adopted the inductive and critical method regarding the theoretical side in addition to the method of analyzing the contents on the study of the case regarding the practical side and to retrieve it to the theoretical side.

Main Results: The trade mark is of great importance in the field of the commercial respect for both the consumer and the trader. It is lawfully classified as it is on of the industrial and commercial properties and it is of intellectual property as well. The Saudi law of the trade marks has guaranteed the lawful reservation of the registered trade marks and has arranged rights on this. And the law has assigned the violation forms to be able face them in spite of the fact of the weakness of the penalties toward the offenders. Also the law guarantees to take effective procedures to apply the regulations and from investigations and collecting evidences and prosecutions and the taken protective procedures, the judge and the registrar have left the cancellation of the trade mark to be according to the lawful conditions. The Islamic law has adjusted the breach of the trade mark as on of the act of deception and swindling.

شكر وتقدير

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا محمد أشرف الأنبياء والمرسلين، وعلـى آله وصحبه أجمعين.

الشكر أولاً لله سبحانه وتعالى الذي وفقني إلى إنجاز هذه الرسالة.

وأوجه شكري الجزيل إلى كل من ساهم معي لإتمام هذه الرسالة وأخص :

والدي ووالدتي

زوجتي وبناتي

أخواني وأخواتي

وكل من كان له يد العون

وأدعو الله عز وجل أن ينفع بها، وأن يجعلها عملاً خالصاً لوجهـه، وصـلى الله وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين..

الباحث

إهـ ـ ـ داء

لكل طالب علم يريد البحث والدراسة في مجال حقوق الملكية الفكرية والحقوق المعنوية.

الباحث

مقدمة :

الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا. من يهده الله فلا مضل له. ومن يضلل فلا هادي له. وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمداً عبده ورسوله وبعد :

فإن العلامات التجارية من وسائل التمييز الخاصة بالمنتجات ، وأصبحت حقاً يملكه الأفراد والشركات بالقطاع الخاص، فهي وسيلة للتعرف على نوع المنتج، كما أنها وسيلة لجذب المستهلك من خلال غرس القناعة بهذا المنتج الحامل لهذه العلامة التجارية، فهي إذا ذات صلة مباشرة بالتجارة والاقتصاد ، بل أصبحت سمة مميزة لأي مشروع تجاري أو خدمي. وفي نفس الوقت تشكل حماية لصاحبها، تمنع الاعتداء على منتجه، وتفرض حماية خاصة لعدم التعدي عليه. فهي إحدى وسائل المنافسة المشروعة، وبما أنها تمثل هذا التمييز الخاص فإن الاهتمام بها من قبل التجار والصناع يرجع إلى أمد طويل حيث إن الرومانيين هم أول من استعمل العلامة التجارية، إلا أن استعمالهم لها لم يبق مقصوراً عليهم فحسب بل أخذته عنهم معظم الشعوب في أوروبا وغيرها.

وبمرور الزمن ظهرت خلال العصور الوسطى بوادر حماية قانونية للعلامات التجارية في هيئة حقوق يتخذها المنتج رمزاً لمهاراته مميزاً منتجاته عن منتجات منافسيه.

وتطورت الأوضاع بظهور حقوق ملكية تجارية وصناعية أخرى إلى أن تأكد وجود هذه الحقوق في منتصف القرن التاسع عشر عند قيام الثورة الصناعية وبدء عصر التكنولوجيا، ورواج التجارة، وشدة المنافسة بين المنتجين والصناع مما

ترتب عليه ظهور مصالح اقتصادية جديدة تطلبت سن تشريعات بصورة نظم قانونية ذات طبيعة خاصة تواكب تطورات العصر وهي تشريعات الملكية الصناعية والتجارية لدى الدول الصناعية.

وكان أول التشريعات القانونية المنظمة للعلامات التجارية ما ظهر في فرنسا عام ١٨٥٧م، ومنها أخذت الدول الأخرى اهتمامها بالعلامات التجارية، ومن بينها الدول العربية التي بادرت بدورها بسن القوانين الخاصة بالعلامات التجارية.

وقد أدركت المملكة العربية السعودية أهمية حماية العلامات التجارية فأصدرت نظام تسجيل العلامات الفارقة بالأمر السامي رقم ٨٧٦٢ بتاريخ ١٣٥٨/٧/٢٨هـ الذي ألغي بموجب المرسوم الملكي رقم ٥ بتاريخ ١٤٠٤/٥/٤هـ وذلك لمضي فترة طويلة على صدور الأمر السامي سالف الذكر وتغير الأوضاع بالمملكة بتطورها وازدهار الحركة التجارية بصفة خاصة وقصور نظام أحكام تسجيل العلامات الفارقة عن مسايرة النهضة الشاملة.

وقد سار النظام الأخير على هدي القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية المصدر بمعرفة مركز التنمية الصناعية للدول العربية عام ١٩٧٥م.

وانطلاقاً مما سبق، ولعظم الدور الذي تلعبه العلامات التجارية لكونها مظنة الاعتداء أو التلاعب بها كان لابد من حمايتها جنائياً لمنع ذلك وفرض التزامات وشروط خاصة للحد من تزويرها، أو تقليدها، أو الاستعمال الباطل لها، أو اغتصابها من صاحبها، أو الترويج لهذه الأفعال مما يؤدي إلى الغش والتدليس على المستهلك، وكل ذلك محرم وممنوع في الشريعة الإسلامية وفي النظم القانونية وتجازي من يفعله ويأتيه بعقوبات تفرضها التشريعات المختلفة.

قال تعالى "ولا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا ا إلى الحكام لتـأكلوا فريقاً من أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون". [١]

وقال تعالى "ويل للمطففين الذين إذا اكتالوا على النـاس يـستوفون وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون "[٢]

وقال عليه السلام "من غشنا فليس منا" [٣]

ونتيجة لتفاقم جرائم الاعتداء على العلامات التجارية في ظل الانفتاح الاقتصادي والتجاري فقد وقع الاختيار على هذا الموضوع، محدداً عنوانه بالحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي " دراسة نظرية وتطبيقية.

راجياً من الله تعالى العفو والتوفيق، وأن يكون في الدراسة إضافة إلى جهد من سبق من الباحثين.

وقد تم تقسيم هذا البحث إلى أربعة فصول، بيا ا على النحو الآتي :

الفصل التمهيدي : وهو عبارة عن محتويات خطة البحث ويشمل :

المبحث الأول : مشكلة البحث، وأهميته، وأهدافه، وتساؤلاته.

المطلب الأول : مشكلة البحث وأهميته.

المطلب الثاني : أهداف البحث وتساؤلاته.

المطلب الثالث : منهج البحث ومجالاته ومحدداته.

المبحث الثاني : مفاهيم البحث الرئيسة والدراسات السابقة.

---

(١) سورة البقرة الآية رقم (١٨٨)

(٢) سورة المطففين الآية رقم (١)

(٣) النيسابوري، محمد بن الحجاج . صحيح مسلم. بيروت، المكتب التجاري للطباعة والنشر، بدون تاريخ.

المطلب الأول : الدراسات السابقة.

المطلب الثاني : مفاهيم البحث والمصطلحات.

الفصل الأول : أهمية العلامات التجارية :

المبحث الأول : طبيعة العلامة التجارية (الماهية)

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية.

المطلب الثاني : أهمية العلامة التجارية.

المطلب الثالث : أشكال وأنواع العلامة التجارية.

المطلب الرابع : شروط العلامات التجارية.

المبحث الثاني : طبيعة العلامة التجارية من الناحية القانونية.

المطلب الأول : العلامة التجارية في الملكية الفكرية.

المطلب الثاني : العلامة التجارية حق من الحقوق المعنوية.

المطلب الثالث : نبذة عن تطور قانون العلامات التجارية بشكل عام ونظام العلامات السعودي بشكل خاص.

الفصل الثاني : تسجيل العلامات التجارية في النظام السعودي

المبحث الأول : إجراءات التسجيل.

المطلب الأول : سجل العلامات التجارية.

المطلب الثاني : الأشخاص الذين يحق لهم طلب التسجيل.

المطلب الثالث : تقديم الطلب والتسجيل.

المطلب الثاني : حكم جرائم الاعتداء على العلامات التجارية في المنظور الشرعي.

المطلب الثاني : عقوبة جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

المبحث الثاني : الحماية المقررة في النظام السعودي للعلامات التجارية.

المطلب الأول : حماية العلامة التجارية من الناحية الموضوعية.

المطلب الثاني : حماية العلامة التجارية من الناحية الإجرائية.

الفصل الرابع : المسائل التطبيقية :

الخاتمة وتشمل النتائج و التوصيات.

المراجع.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل

الفصل التمهيدي

محتويات خطة البحث

- ❖ المبحث الأول : مشكلة البحث، وأهميته، وأهدافه، وتساؤلاته.
- ❖ المبحث الثاني : مفاهيم البحث الرئيسة والدراسات السابقة.

المبحث الأول

مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وتساؤلاته

المطلب الأول

مشكلة البحث وأهدافه

مشكلة البحث :

إن الاعتداء على العلامات التجارية بالتزوير، أو التقليد، أو الغصب، أو أي صورة كانت بقصد غش المستهلك وتضليله يعد مفسدة خطيرة تجرمها الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية، حفاظاً على حقوق الملكية الخاصة بالتاجر أو الصانع.

وفي ظل زيادة انتشار هذه الصور من الاعتداءات وتطور أساليبها وأنماطها تبرز مشكلة الدراسة لهذه الظاهرة من حيث كيفية التصدي لها، والحد من انتشارها بواسطة الحماية الجنائية اللازمة للقضاء عليها. كما تظهر المشكلة جلية في سؤال يفرض نفسه : **هل النظام الحالي المعمول به لحماية العلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية يعد كافياً للتصدي لظاهرة الاعتداءات على العلامات التجارية ؟ وإلى أي مدى تحقق نصوصه وأحكامه الهدف المنشود في هذا السبيل ؟**

وهنا يتضح أن مشكلة البحث تكمن في الآتي :-

- التعرف على الجوانب التجريمية الخاصة بالعلامات التجارية في النظام

السعودي والأساليب المتبعة للكشف على الاعتداءات عليها.

- ❖ مدى فعالية الأنظمة العقابية في المملكة في الحد من الاعتداء على العلامات التجارية ومقدر ا على حمايتها.
- ❖ مدى فاعلية النصوص القانونية الخاصة بحماية العلامات التجارية عند تطبيقها في الجهات القضائية لمعرفة مدى ملاءمتها لتطور جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ومكافحتها.

أهمية البحث :

تبرز أهمية موضوع هذا البحث في عدة نقاط على النحو الآتي :

١ - إيضاح الحماية الجنائية للعلامات التجارية وأهميتها في الجانب الاقتـصادي ودورها في التأثير على المستهلك.

٢ - إيضاح خطورة الاعتداء على العلامات التجارية وأهميـة التـصدي لهـذا الاعتداء من حيث الجوانب الشكلية والموضوعية.

٣ - بيان دور الدولة في الحماية الجنائية للعلامات التجارية.

٤ - الحماية الجنائية للعلامات التجارية لمْ تؤصل وتكيف من الناحية الـشرعية وتبين أحكامها بشكل واضح، ولعل هذا البحث يسهم في إيضاح الجانـب الشرعي لهذا الموضوع.

٥ - بيان أوجه المقارنة بين النظام السعودي وأنظمة بعض الدول العربيـة مـن خلال إيضاح نصوصها الخاصة بالعلامات التجارية، وبيان أوجه الاتفـاق والاختلاف فيما بينهما.

٦ - زيادة المعرفة والوعي للتاجر والمستهلك من خلال إيضاح النظام الذي يجرم

الاعتداء على العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية.

٧ - موضوع الحماية الجنائية للعلامات التجارية باب قل طرقه من الباحثين حيث إن أغلبية الذين تناولوه كتبوا عنه باعتباره جزءاً من دراستهم، ولم يفـردوه بالدراسة.

المطلب الثاني

أهداف البحث وتساؤلاته.

أهداف البحث :

ـدف الدراسة في مجالا ا النظرية والتطبيقية إلى الآتي:

١ - إيضاح مفهوم العلامات التجارية لإزالة الغموض واللبس في مفهومها عن غيرها من المصطلحات المشا ة لها من بعض الوجوه.

٢ - بيان التأصيل والتكييف الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامات التجارية والعقوبات المترتبة على هذا الاعتداء في ضوء الفقه الإسلامي.

٣ - إلقاء الضوء على إجراءات تسجيل العلامات التجارية في النظام السعودي التي تسهم في فاعلية النظام، بالإضافة إلى الآثار الحقوقية المترتبة على هذا التسجيل.

٤ - تسليط الضوء على الحق في ملكية العلامات التجارية والآثار المترتبة على هذه الملكية، ومدى إمكانية التصرف بالعلامات التجارية في النظام السعودي.

٥ - تحديد جرائم الاعتداء على العلامات التجارية التي سن لها المنظم السعودي اللوائح والقوانين والعقوبات.

٦ - إيضاح إجراءات الحماية الجنائية للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية التي تسهم في منع الاعتداء وبيان جهات الاختصاص التي تباشر هذا الدور.

٧ – استعراض وشرح عدد من قضايا الاعتداء على العلامات التجارية والأحكام الصادرة بصددها وتحديد مضمو ا للوقوف على مدى فاعلية التطبيقات القضائية لنصوص النظام.

٨ - إعداد التوصيات المقترحة المستنبطة من دراسة بعض قضايا الاعتداء على العلامات التجارية بالمملكة، وذلك لزيادة فعالية الحماية للعلامات التجارية بمعالجة السلبيات التي قد تظهر.

تساؤلات البحث :

إن مشكلة البحث تثير عدة تساؤلات يسعى الباحث للإجابة عنها من خلال دراسته ، وتكمن هذه التساؤلات في الآتي :-

١ - ما طبيعة العلامات التجارية طبقاً لما نص عليه نظام العلامات التجارية السعودي؟

٢ – ما التأصيل والتكييف الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامات التجارية؟ وما الذي يترتب على هذا التأصيل والتكييف من عقوبات تفرضها الشريعة الإسلامية؟

٣ – ما الإجراءات المتخذة في النظام السعودي لتسجيل العلامات التجارية بحيث تسهم في حماية العلامة التجارية؟ وما الآثار الحقوقية المترتبة على هذا التسجيل؟

٤ – ما التكييف القانوني للحق في ملكية العلامات التجارية ؟ وما الآثار المترتبة على هذه الملكية للعلامة ؟ وإلى أي حد يمكن التصرف في العلامة في ضوء هذه الملكية في النظام السعودي؟

٥ – ما أنواع جرائم الاعتداء على العلامات التجارية ؟ وإلى أي حد تم تغطيتها في نصوص النظام السعودي وفرض عقوبات مناسبة لها؟

٦ - ما الجهات المختصة بحماية العلامات التجارية ؟ وما إجراءات الحماية الجنائية المتخذة في المملكة للحد من الاعتداء على العلامات التجارية؟

المطلب الثالث

منهج البحث ومجالاته ومحدداته

منهج البحث :

يتبع في دراسة موضوع البحث المنهج الاستقرائي التأصيلي النقـدي فيمـا يتعلق بالجانب النظري بالإضافة إلى منهج تحليل المضمون عند دراسة الحالة فيمـا يتعلق بالجانب التطبيقي وردها إلى الجانب النظري.

مجالات البحث ومحدداته :ـ

١ـحد مكاني :ـ

يقتصر البحث على دراسة بعض القضايا المتعلقة بمنازعات العلامات التجارية بديوان المظالم جهة النظر في هذا النوع من القضايا وذلك بمنطقة الرياض.

٢ـحد زماني :

تقتصر الدراسة على الأحكام الصادرة في منازعات العلامـات التجاريـة الواقعة بعد صدور النظام الحالي للعلامات التجارية عام ١٤٠٤ هـ ، وسيتناول الباحث عدداً من القضايا التي صدرت ا أحكام ائية في دعاوى اعتداء علـى العلامات التجارية من جهة الفصل فيها (ديوان المظالم).

٣ـحد موضوعي :

الاطلاع على الوثائق والأنظمة الخاصة بالعلامات التجارية المعمول ـا في المملكة العربية السعودية.

المبحث الثاني

مفاهيم البحث الرئيسة والدراسات السابقة

المطلب الأول

الدراسات السابقة

تناولت بعض الدراسات السابقة موضوع الحماية الجنائية للعلامات التجارية وهذه الدراسات هي :-

الدراسة الأولى :

بعنوان (العلامات التجارية في المملكة وحمايتها القانونية)(1)

أهداف الدراسة :

إيضاح جوانب حماية العلامات التجارية على ضوء النظام السعودي للعلامات الفارقة الصادر بالأمر السامي رقم ٨٧٦٢ بتاريخ ١٣٥٨/٧/٢٨هـ ومدى تأثير هذا النظام على منع الاعتداء على العلامات التجارية.

(١) الصبيح : إبراهيم عبد العزيز . العلامات التجارية في المملكة وحمايتها القانونية ، دبلوم عال، الرياض، معهد الإدارة العامة ١٤٠١ هـ

محتويات الدراسة :

ابتدأ الباحث الدراسة بنبذة تاريخية عن العلامة الفارقة، وأظهر دور المملكة في هذا ا ال، واستعرض موضوعات الدراسة في بابين، يمكن أن تلخص في الآتي:

الباب الأول : تناول ماهية العلامات التجارية موضحاً مصادرها، وأشكالها، وطرق التسجيل والشطب على ضوء النظام المعمول به.

الباب الثاني : تناول الحماية القانونية للعلامات التجارية وذلك من خلال تصنيفها إلى حماية داخلية تشمل : أنواع الجرائم والأحكام المتعلقة ا، وما يترتب على هذه الأحكام من الصور والعقوبات الإضافية والإجراءات التحفظية بالإضافة إلى بيان جهات الاختصاص بتوقيع الإجراءات على ضوء النظام المعمول به.

والحماية الخارجية تشمل ذكر بعض الاتفاقيات الدولية للعلامات التجارية وموقف المملكة منها.

نتائج الدراسة :

توصل الباحث إلى الآتي :

١ - ضرورة تدعيم الكفاءات بقسم العلامات التجارية بوزارة التجارة.

٢ - الاستعانة بوسائل التقنية الحديثة لتسجيل العلامات التجارية.

٣ - طلب الإسراع في إصدار مشروع النظام الحالي للعلامات التجارية.

٤ - السعي إلى الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية.

٥ - عدم اهتمام الكثير من التجار بتسجيل العلامات التجارية .

الدراسة الثانية :

بعنوان (تسجيل العلامات التجارية الفارقة في المملكة العربية السعودية)[1]

أهداف الدراسة :

ـدف الدراسة إلى إيضاح القصور في نظام تسجيل العلامات التجارية السابق وإلى الدور البارز للنظام الحالي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٥ بتاريخ ١٤٠٤/٥/٤هـ في تنظيم العلامات التجارية بما يناسب الظروف في ذلك الوقت في ضوء الأنظمة المعاصرة وخاصة الدول ا ـاورة للمملكة.

محتويات الدراسة :

بدأ الباحث بالمقدمة التي أبرز فيها دور النظام السعودي في مسايرة العـصر وقد استعرض موضوعات الدراسة في فصلين على النحو التالي :

الفصل الأول : تناول تسجيل العلامات التجارية من حيث الهدف والإجراءات المتعلقة بالطلب والتقديم وفحصه وأساليب شطبه.

الفصل الثاني : يتناول إيضاح الآثار المترتبة على تسجيل العلامـة مـن حيـث ملكيتها، وانتقالها، وانقضاؤها، ثم تطرق بشكل عـام إلى أنمـاط الحمايـة الداخلية بالمملكة والخارجية للعلامات التجارية.

نتائج الدراسة :

١ - وجود متغيرات جوهرية في طرق العمل بعد تطبيق النظام الجديـد، الأمـر الذي ينشأ عنه مشكلات تحتاج إلى حلول .

---

(١) الجعيد، عبد الله وارد. تسجيل العلامات التجارية الفارقة في المملكة العربية السعودية ، دبلوم عال، الرياض ، معهـد الإدارة العامة ١٤٠٦ هـ

٢ - ضرورة دعم مكتب تسجيل العلامات بعاملين جدد، وإقامة فروع أخرى لتسجيل العلامات التي ليست بمدينة الرياض.

٣ - ضرورة استعمال الوسائل التكنولوجية، ونظم الحاسب لتسجيل العلامـات التجارية .

الدراسة الثالثة :

بعنوان (حماية العلامات التجارية المسجلة في المملكة العربية السعودية).(١)

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى حماية العلامات التجارية المسجلة مع إبراز دور الشريعة الإسلامية في هذا الجانب.

محتويات الدراسة :

تناول الباحث الدراسة بمقدمة حوت الهدف منها، واستعرض موضـوعات دراسته بتقسيمها إلى فصل تمهيدي، وثلاثة فصول على النحو التالي:

الفصل التمهيدي : تناول تعريف العلامة وأهميتها وشروطها وأنواعها وما يتعلق بطبيعتها .

الفصل الأول : تناول الحمايـة المدنيـة والجنائيـة للعلامـات التجاريـة في النظام السعودي شاملاً ذلك أسس الحماية ونطاقها في الشريعة الإسلامية.

---

(١) الخثعمي ، علي أحمد ، حماية العلامات التجارية المسجلة في المملكة العربية السعودية ، دبلوم عـالي ، معهـد الإدارة العامة ١٤٢٠ هـ.

الفصل الثاني : تناول الحماية الجنائية للعلامة المسجلة وأنماط الاعتداء عليها.

الفصل الثالث : تعرض إلى الجهات المختصة لحماية العلامة التجارية.

نتائج الدراسة :

١- نظر الباحث إلى العلامة على أساس أ ا مال، وأ ا منظمة في الشريعة.

٢- أن القاعدة بديوان المظالم في قضايا تقليد العلامة لا تقتـصر علـى أوجـه الاختلاف بل أوجه الشبه أيضاً.

مميزات دراستي عن الدراسات السابقة :

١ - إن ما جاء في الدراسات السابقة رغم أهميته لم يغط كامل الموضـوع حيـث تطرقت كل منها إلى جوانب معينة في الموضوع الذي نحن بصدد دراسته، وهذا يعني عدم شموليتها لما تتطلبه هذه الدراسة، ويمتاز هذا البحث بأنه يتناول جميـع أوجه الحماية للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية.

٢ - إن جميع الدراسات السابقة تطرقت إلى الجانب التجريمي العقابي فقط بينما هذه الدراسة سوف تأخذ بالجوانب الأخرى الشكلية والإجرائية.

٣ - لم تقارن الدراسات السابقة بين النظام السعودي للعلامات التجارية وغـيره من النظم للوقوف على جوانب الاتفاق والاختلاف فيما بينه وبينها، وهذا ما ستوضحه هذه الدراسة.

٤ - إن الدراسة الأولى والثانية لم تتطرق إلى الجانب الشرعي لمسائل الاعتـداء على العلامات التجارية وهذه الدراسة ستبحث الموضوع من جانبه الشرعي بمنظور أوسع وأشمل مما جاء في الدراسة الثالثة بالإضافة إلى جوانبه القانونية.

٥ - إن جميع الدراسات السابقة لم تتطرق إلى الجانب التطبيقي للموضوع ، وإنما اعتمدت على الجانب النظري، وهذه الدراسة سوف تتطـرق إلى الجانـب التطبيقي من خلال تحليل مضمون بعض الأحكام الصادرة من ديوان المظالم، لمعرفة مدى فاعلية القضاء في حماية العلامات التجارية.

المطلب الثاني

المفاهيم والمصطلحات

يستخدم في هذا البحث عدد من المصطلحات التي تحدد مساره على النحو التالي:

الحماية الجنائية :

الحماية في اللغة :

قال ابن منظور :[1] حمى الشيء حمياً، وحمى حماية ومحمية : منعه ودفع عنه، كلا حمى : محمي. وفلان ذو حمية منكرة إذا كان ذا غضب وأنفة، والحامية : الرجل يحمي أصحابه في الحرب، وأحمي المكان : جعله حمى لا يقرب.

الجنائية في اللغة :

قال الفيروزبادي [2]: جني : الذنب، عليه يجنيه جناية : جره إليه، والثمرة: اجتناها. اجتنينا ماء مطر : وردناه فشربناه، وتجنى عليه : ادعى ذنباً لم يفعله.

وقال الزمخشري [3]: يقال جنا واجتنى والجنا : اسم ما يجتنى من الثمر، وجنا على الشيء يجنو : إذا أكب عليه، وجنا يجنأ إذا مال عليه وعطف.

---

(١) لسان العرب : ١٤ / ١٩٨، ١٩٩

(٢) القاموس المحيط : ١ / ١٦٤١ .

(٣) الفائق في غريب الحديث : ١ / ٣١٠ .

وقال ابن الأثير [1]: مصدر جنى جناية، جمعه جنايات. والجناية : الـذنب والجرم، وما يفعله الإنسان مما يوجب عليـه القـصاص، والعقـاب في الـدنيا والآخرة، ولهذا يقال : جنى الرجل جناية، إذا جر جريرة على نفسه وعلى قومه.

تعريف الحماية الجنائية :

ليس هناك تعريف دقيق يدخل تحت هذا المصطلح إلا أنه يمكن تعريف الحمايـة الجنائية في إطارها الإجرائي الذي يستخدم في البحث على أنه : القواعد القانونية الموضوعية والإجرائية التي تعتمد عليها السلطة لتنظيم الحقوق وفرض العقوبـات عليها.[2]

العلامة التجارية :

العلامة في اللغة :

قال ابن منظور [3]: أعلم الفارس : جعل له علامة الشجعان فهـو معلـم وقَدح معلم : فيه علامة ، العلامة : السمة، والجمع علاّم، والمُعلم : مـا جعـل علامة، وعلم للطرق والحدود مثل إعلام الحرم ومعالمه المضروبة عليه.

وتعرف أيضاً [4]: بأ ا العلامة : الأعلومة : وما ينصب في الطريق فيهتدي به، والفصل بين أرضين، والعلامة : ما يستدل به على الطريق.

---

(١) النهاية في غريب الحديث : ١/ ٣٠٩ .

(٢) عودة ، عبد القادر. التشريع الجنائي. مصر. مطابع المدني، جـ ٢، ط٢ ، ١٣٨٤هـ، ص ٤ ، ٥ .

(٣) لسان العرب: ١٢ / ٤١٩ .

(٤) المعجم الوسيط : ١ / ٦٢٤.

التجارية في اللغة :

قال ابن منظور [1] **:** تجر يتجر تجراً وتجارة : باع وشرى، وقال ابن الأعرابي : تقول العرب : إنه لتاجر بذلك الأمر أي : حاذق، ويقال ربح فلان في تجارته إذا أفضل وربح إذا صادف سوقاً ذات ربح.

وتعرف العلامات التجارية في **اصطلاح القانون :** بأنها كل إشارة مادية تستخدم لتمييز البضائع للدلالة على مصدرها، أو أنواعها، أو مرتبيها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها.[2]

تعريف آخر : هي تلك الشارة المتخذة شكلاً مميزاً التي يتخذها صاحب مصنع أو تاجر شعاراً لمنتجاته أو لبضاعته تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات، أو البضائع المماثلة وتمكيناً للمستهلك من التعرف على حقيقة مصدرها.[3]

وتعرف أيضا : بأنها إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات، أو تعلم تمييزاً لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر، أو منتجات أرباب الصناعات الأخرى.[4]

إن التعاريف المذكورة تتشابه في المعنى، ولكن لتحديد التعريف الإجرائي يأخذ البحث بالتعريف الثاني في دراسته لإيضاح معنى العلامة التجارية.

---

(١) لسان العرب ٤ / ٨٩

(٢) الشرقاوي، محمود سمير. القانون التجاري. القاهرة، دار النهضة العربية ، الجزء الأول، ١٩٧٨م، ص : ٥٢٩.

وانظر :شفيق، محسن ، الوسيط. في القانون التجاري ،الجزء الأول، ١٩٥٦م، فقرة ٣٥٥ ص : ٢٠٩.

(٣) الأسمر، صلاح سليمان. قانون العلامات التجارية في القانون الأردني. عمان، مطبعة التوفيق، ١٩٨٦م، ص ١.

(٤) الناهي، صلاح الدين. الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. دار الفرقان، طبعة ١٩٨٣م ، ص:٢٣٣.

الحـــق :

في اللغة :

ذكر اللغويون للحق معان كثيرة أخصها ما قاله ابن منظور[1] :

خلاف الباطل، الموجود الثابت، ويقال : حققت الأمر أحقه إذا أوجبته أو جعلته ثابتاً أو تيقنته.

وقال الرازي[2] : الحق هو العدل مقابل للظلم.

وفي الاصطلاح الشرعي :

هو اختصاص يقرر به الشرع سلطة أو تكليفاً[3] ، **ويعرف أيضاً :** "بأنه إطلاق على ما يشمل جميع الحقوق المالية وغير المالية"[4].

ويعرف أيضاً الحق : بأنه ما ثبت في الشرع للإنسان أو لله تعالى على الغير[5].

---

(١) لسان العرب : ١٠/٥٠.

(٢) الرازي، محمد بن أبي بكر : مختار الصحاح ، بيروت ، دار الكتاب العربي، مادة "حقق" ص ١٤٦.

(٣) الزرقا، مصطفى. المدخل الفقهي العام "نظرية الالتزام العامة" ، دمشق ، دار الفكر جـ٣ سنة ١٣٧٧هـ، ص١٠

(٤) الموسوعة الفقهية الكويتية، الكويت، ط ذات السلاسل جـ ١٨ ، ص ١٠، ١١.

(٥) أنظر : أبو سنة، محمد. نظرية الحق. بحث في الفقه الإسلامي ، صادر عن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية بالقاهرة، ١٩٧١م.

الحقوق المعنوية :

لم يكن القانون الوضعي يعرف الحقوق المعنوية حيث إن هذه الحقوق نتجت عن التطور الحضاري خصوصاً في ا ال الثقافي والصناعي، وعلى ذلك يمكن تعريفه بأنه:

نوع من أنواع الحق المالي، وهو الحق الذي يمكن تقويمه بالمال فهـو يخـول صاحبه قيمة مادية تقدر بالمال أو النقود(١).

---

(١) أنظر د. العبادي، عبد السلام داود. الفقه الإسلامي، الحقوق المعنوية. بحث بمجلة مجمع الفقه الإسـلامي، العـدد ٥ الجزء ٣ سنة ١٤٠٦هـ ، ص ٢٤٧٠.

الفصل الأول

أهمية العلامات التجارية

- المبحث الأول : طبيعة العلامة التجارية(الماهية) .
- المبحث الثاني : طبيعة العلامة التجارية من المنظـور القانوني.

المبحث الأول

طبيعة العلامة التجارية

المطلب الأول

تعريف العلامة التجارية

إن معظم الدول قد أصدرت نظاماً خاصاً بالعلامات التجارية اشتمل على نصوص تبين ماهية العلامة التجارية لأجل التعريف ا وبيان المقصود منها.

وتعريف بعض التشريعات – ومنها القانون الفرنسي – الذي جاء فيه أن العلامة التجارية "تعتبر كعلامات صناعية وتجارية الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والتسميات، والرموز، والرسوم، والدمغات، والأختام، والصور، والنقوش البارزة، والأحرف، والأعداد، والأغلفة، وكل شارة أخرى تستخدم لتمييز منتجات مصنع أو بضائع تاجر."[١]

وبذلك يمكن القول : إن العلامة التجارية أو الصناعية في التشريع والفقه والقضاء الفرنسي هي: "الشارات أو الرموز أو كل ما يتخذه التاجر أو الصانع شعاراً له، يضعه على منتجاته أو بضائعه لتعريف المستهلك بأنه مصدر هذه البضائع أو المنتجات".[٢]

[1] المادة (١) من قانون العلامات التجارية الفرنسي تشريع ٢٣ يونيو سنة ١٨٥٧م، نقلاً عن : صرخوه، يعقوب. مرجع سابق ، ص ١٨.

[2] الأسمر، صلاح سليمان. قانون العلامة التجارية الأردني. مرجع سابق، ص ١٨.

وعرفت بعض التشريعات العربية العلامة التجارية - ومنها القانون الأردني- بأنها: "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع، أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو إنتاجها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع".[1]

وقد أخذ القانون التجاري الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠م بتعريف قريب لهذا المعنى،[2] ويلاحظ أن التعريف الأردني والكويتي للعلامة التجارية جعل لها مفهوماً ضيقاً، إذ حصرها في العلامة التجارية والصناعية فحسب،[3] ولم يجعل مفهوم العلامة ينصرف إلى علامة الخدمة والعلامات[4] المميزة للمنتجات الزراعية الطبيعية إضافة إلى العلامة التجارية والصناعية، وإنما اقتصر على الأخيرتين من العلامات.[5]

وبذلك يمكن القول بأن العلامة التجارية في التشريع والفقه الأردني هي: "إشارة ترسم بها البضائع والسلع والمنتجات، أو تعلم وتميزها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين".[6]

وهنالك تشريعات - مثل النظام السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم (٥) بتاريخ ١٤٠٤/٥/٤هـ، والقانون المصري رقم (٥٧) لسنة ١٩٣٩م، ذهبت إلى

---

(1) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردني، رقم (٢٣)، لسنة ١٩٥٢م.

(2) المادة (٦١) من قانون التجارة الكويتي، انظر : صرخوه، يعقوب يوسف، النظام القانوني للعلامات التجارية الكويتي، مطبعة ذات السلاسل، سنة ١٩٩٣م، ص ٢١.

(3) انظر : الناهي، صلاح الدين. الوجيز في الملكية الصناعية التجارية. مرجع سابق، ص ٢٣٣.

(4) هي شارة تميز خدمة من الخدمات التي يقدمها شخص، والتفريق بينها وبين الخدمات التي يقدمها أشخاص آخرون، مثال ذلك مؤسسات النقل، والشارات التي تضعها مؤسسات الإعلان والدعاية لحساب الغير.

(5) انظر : الأسمر ،صلاح سليمان. قانون العلامات التجارية الأردني. مرجع سابق، ص ٢١.

(6) الأسمر، صلاح سليمان. العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري. مطبعة التوفيق، عمان سنة ١٩٨٦م، ص ١٤. و انظر : الناهي، صلاح الدين. الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص ٢٣٣.

تعريف العلامات التجارية بأنها:- "تعتبر علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام للأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز، والأختام، والنقوش البارزة، وأية إشارة أخرى، أو أي مجموعة منها تكون صالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية، أو مشروع استغلال الغابات، أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه، أو انتقائه، أو اختراعه، أو الاتجار به، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".[1]

ويلاحظ أن التعريف السعودي والمصري للعلامة التجارية يعطي مفهوماً واسعاً للعلامة التجارية، فهو لا يقتصر على تلك العلامة التي تستخدم في تمييز بضائع التاجر فحسب، بل امتد ذلك المفهوم ليشمل جميع العلامات التي تستعمل في تمييز المنتجات بوجه عام أياً كان مصدر إنتاجها، سواءً كانت ناتجة عن عمل صناعي، أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض كاستغلال المناجم، والمحاجر وآبار المياه المعدنية، وكذلك يمتد المفهوم الواسع للعلامة التجارية إلى تلك العلامة التي تستخدم لتمييز خدمة من الخدمات التي تقدم من قبل إحدى الشركات أو المؤسسات أو المصانع.[2]

وعلى ضوء هذا التعريف نجد فقهاء القانون يعرفون العلامة التجارية بتعريفات قريبة من ذلك، ومتشابهة معه، إلا أنها لا تعد تعريفات جامعة بل ناقصة

[1] المادة (١) من نظام العلامات التجارية السعودي لسنة ١٤٠٤هـ، ومثله المادة (١) من قانون العلامات التجارية المصري لسنة ١٩٣٩م.

[2] أنظر : الأسمر، صلاح سليمان. قانون العلامة التجارية الأردني. مرجع سابق، ص ١٩ – ٢٠.

المفهوم، فعرفت بأ ا هي: "الشعار الذي يتخذه الصانع أو التاجر لتمييز منتجاته، أو بضائعه عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة".[1]

وعرفت بأ ا: "كل إشارة مادية تستخدم لتمييز البضائع أو الدلالـة علـى مصدرها، أو نوعها، أو مرتبيها، أو ضما ا، أو طريقة تحضيرها".[2]

ومما تقدم يمكن القول بأن العلامة التجارية هي: "كل إشارة أو دلالة مميـزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماتـه عن مثيلا ا التي يصنعها التاجر أو يتاجر ا أو يقدمها آخرون".[3]

وهذا التعريف يعد الشامل لمفهوم العلامات التجارية السعودي وهو وفق ما ورد في نظامها[4] في المادة الأولى حيث توسع في مفهوم لفظ العلامة التجاريـة، فشمل العلامات التجارية والصناعية، وعلامات الخدمة وبعبارة أدق شمل كل ما يعد داخلاً في التعامل التجاري من منتجات وبضائع وخدمات.

---

(1) طه، مصطفى كمال. الوجيز في القانون التجاري . الإسكندرية ، منـشاة المعـارف ، جـ ١، ط ١، ١٩٦١م، ص ٢٦٩.

(2) القليوبي، سميحة. القانون التجاري. القاهرة، جـ ١، ط ١، ١٩٧٦م، ص ٢٦٩.

والشرقاوي، محمود سمير. القانون التجاري. القاهرة، دار النهضة العربية، جـ ١، ١٩٧٨م، ص ٥٢٩.

(3) الأسمر، صلاح سليمان. العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري.مرجع سابق، ص ١٧.

(4) المادة (١) من نظام العلامات التجارية السعودي.

المطلب الثاني

أهمية العلامة التجارية

إن أهمية العلامة التجارية تكون واضحة جلية من خلال ما تؤديه من وظائف تحقق غايات لكل من التاجر والصانع والمستهلك ومقدم الخدمة على حد سواء، وعلى ذلك يمكن القول إن لها أثر هام داخل المجتمع، يمكن ذكرها على النحو الآتي:

١- العلامة التجارية أداة التمييز للمنتجات:

إن تمييز البضائع والسلع والمنتجات والخدمات المتعددة يتم بالعلامة التجارية التي تحدد المصدر، بحيث يتمكن المستهلك بكل سهولة ويسر من التعرف على ما يريد بالرغم من كثرة وتشابه المنتجات.

"وفي ذلك تسهيل للمعاملات التجارية المتشابهة فيما بين المستهلكين ".[١]

فإذا انعدمت العلامة التجارية قد تنعدم وسيلة بيان البضائع الجيدة من الرديئة، ومن ثم فإن التاجر والمصنع قد لا يكلف نفسه بيع منتج جيد، وبالمقابل يكون المستهلك في حيرة من أمره لعدم تمييز المنتجات بشكل تنافسي لمعرفة الأفضل، وينتج عن ذلك أن تسوء أحوال المنتجات إذا لم يكن هنالك تمييز لها بالعلامة التجارية.[٢]

---

(1) الكوساني ، عامر محمود. الملكية الفردية. عمان، دار الجيب، ١٩٩٨م، ص ١٣٦.

(2) انظر : صرخوه، يعقوب. النظام القانوني للعلامات التجارية. الكويت، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٩٢م، ص ٥٧.

٢- العلامة التجارية رمز لمصدر المنتجات:

تحدد العلامة التجارية مصدر المنتجات والبضائع والخدمات بإيضاح المنتج أو جهة الإنتاج أو ما معاً،أو جهة الخدمة مما يؤدي إلى زرع عناصر الثقة في نفس المستهلك، وبالتالي العمل على زيادة كسب هذه الثقة من هذا المنتج أو الصانع أو الخدمة.

"ولما كانت العلامة التجارية تستخدم للدلالة على مصدر البـضائع فتعتـبر وسيلة ضمان لجمهور المستهلكين والصانع والتاجر ومقدمي الخدمات أيـضاً، إذ إ ا وسيلة يتميزون ا عن الآخرين في ميدان التعامل التجاري، لأن العلامة تعطي المنتجات والبضائع والخدمات ذاتيتها، وبالتالي يمكن التعرف على البضاعة وتمييزها بين مثيلا ا بيسر وسهولة".[١]

كما أ ا بذلك تكون حافزاً يدفع التاجر والصانع ومقدم الخدمات إلى توخي الدقة، والحرص على إبقاء درجة جودة منتجاته أو خدماته حتى لا يؤثر ذلك على سمعة علامته التجارية أو يزعزع ثقة المستهلك ا، مما يعود على الكـل داخـل ا تمع بالنفع.

٣- العلامة التجارية رمز لنوعية المنتجات:

تكون العلامة التجارية بالنسبة للمستهلك رمز الثقة بـصفات المنتجـات والبضائع والخدمات، حيث تعبر عن صفات المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تميزها، سواءً أوضحت أحد أو كل الأمور التالية:

أولاً: مجموعة خصائص المنتجات أو البضائع التي تمتاز ا عن خصائص منتجات أو بضائع أخرى، مماثلة أو مشا ة وهو ما يقصد به النوع.

---

(1) زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية التجارية. عمان، دار الثقافة. ٢٠٠٠م، ص ٢٥٦.

ثانياً: درجة الجودة والإتقان للمنتجات أو البضاعة، وهو ما يقصد به المرتبة.

ثالثاً: تعهد الصانع أو التاجر بصلاحية المنتجات أو البضاعة، أو بيـان العناصـر الداخلة في تركيبها.[1]

وفي ذلك مصلحة مشتركة لكل من المستهلك في ترك الحرية له في الاختيار بالمفاضلة بين المنتجات والخدمات، وكذلك للتجار والصناع أو مقدم الخدمة في مضاعفة الجهد لحفظ سمعة علامته والثقة ا بذهن المستهلك.

٤ - العلامة التجارية وسيلة للإعلان عن المنتجات:

تعتبر العلامة التجارية إحدى وسائل الإعلام والإعـلان عـن المنتجـات والبضائع والخدمات، فعن طريقها يتمكن مالكها من الإعـلام عـن بـضاعته، وتعريف المستهلكين ا مما يحقق للمعلن الغاية المنشودة بالوصول إلى أعلى ربحية.

"وحين يطلب المشتري سلعة معينة يكون بالغالب قد ربط بين تلك العلامة من جهة، وبين مميزات وصفات السلعة التي تحمل تلك العلامة من جهة أخـرى، وذلك تبعاً لدعاية نشطة لتلك العلامة،أو لتجربة سابقة لتلك السلعة أو للاثـنين معاً.[2] ". والقيمة الأساسية للعلامة التجارية مع توسع الأحوال وتعدد أنظمـة التوزيع تكمن في قو ا على تشجيع عمليات البيع والشراء، والعامل الفعـال في خلق الثقة وقبول المستهلك، أي أن العلامة التجارية هي التي تـنجح البـضائع كلها".[3] ولذا أصبح التاجر والصانع ومقدم الخدمات يستـشيرون وكـالات الدعاية والإعلان عند تكوين العلامة لهم لهدف العمل على جلب انتباه المستهلك، وذلك بأن تكون العلامة التجارية جميلة المنظر وبسيطة الشكل وذات وقع صوتي للفت الانتباه وتجديد الاستحسان لها.

---

(1) أنظر : المرجع السابق، ص ٢٥٦.

(2) أنظر : عباس، محمد حسني، الملكية الصناعية والمحل التجاري. مـصر، دار النهـضة العربيـة، القـاهرة، ١٩٧١م، ص ٢٧٣.

(3) يعقوب، صرخوه. مرجع سابق. ص ٦٦.

المطلب الثالث

أشكال وأنواع العلامة التجارية

الفرع الأول: أشكال العلامات التجارية:

لقد اتفقت التشريعات المقارنة على أن العلامة التجارية هي: "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء وكلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقـام أو رسـوم أو رموز أو عناوين أو أختام أو تصوير أو نقش أو أية إشارة أخرى أو أي مجمـوع منها"، وهذا ما ذكرته المادة (١) من قـانون العلامـات التجاريـة الـسعودي ١٤٠٤هـ من عناصر وأشكال يمكن أن تتكون منها العلامـة،" إلا أنـه جـاء للتمثيل وليس للحصر"[١]، حيث لا تعدو أن تكون هذه الأشـكال والعناصـر الأكثر شيوعاً واستعمالاً بين التجار والبضائع ومقدمي الخدمات،" وعلى ذلـك جاز قبول أي إشارة لتكون علامة تجارية، مادام قد توفر ـا كافـة الـشروط الموضوعية المقررة قانوناً"[٢]، بحيث تكون صالحة لتمييز المنتجـات والخـدمات وأهمها الصفة المميزة،[٣] وشرط الجدة والمشروعية.[٤]

لذا فإنه يمكن إجمالاً أن تأخذ العلامة التجارية الصور أو الأشكال الآتية:

---

(1) القليوبي، سميحة . الموجز في التشريع الصناعي. القاهرة، مطبعة الاتحاد العربي، ١٩٦٨م، ص ٢٢٢.

(2) عباس ، محمد حسني. الملكية الصناعية والمحل التجاري. مرجع سابق. والناهي، صلاح. الوجيز في الملكية الـصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص ٢٣٠.

(3) ورد في نص المادة (١) ، (٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(4) ورد في نص المادة (١) ، (٢) بنظام العلامات التجارية السعودي "الأشكال والعناصر غير المشروعة".

١ - الأسماء[1] والكلمات[2] والإمضاءات:

أجاز المنظم في المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي اتخاذ الأسماء والكلمات علامة تجارية سواءً كانت لأشخاص أو أشياء أو الإمضاءات، إذا كانت ذات طابع وشكل مميز[3]، ولكن هذا ليس على إطلاقه، إذ لابد أن يكون هناك علامة مبتكرة بحيث يصلح الابتكار فيها لتميز المنتجات، وبذلك يمكن القول إنه يصلح لكي يكون علامة تجارية من الأسماء والكلمات الآتي:

أ- الاسم الشخصي ذو الطابع المميز إذا كتب بطريقة خاصة أو بوضع خاص لترتيب الحروف وشكلها.[4]

ب- الاسم الشخصي إذا وضع على هيئة مثلث أو مربع أو دائرة بحيث يسهل تمييزه، لأن القانون يحمي الشكل الذي يتخذه الاسم لا الاسم ذاته[5].

ج- اسم الغير إذا كان بشكل خاص، ويشترط الحصول على رضا صاحب الاسم أو رضا ورثته[6]،[7].

د- اسم شخصية أو زعيم مشهور،[8] بشرط الحصول على رضاً منه أو من ورثته.[9] إن كان له ورثة.

---

(1) مثال ذلك : اتخاذ اسم (فورد) أو (مرسيدس) علامة تجارية للسيارات. و (النابلسي) علامة تجارية للصابون.

(2) مثال ذلك : (كوكا كولا) أو (بيبسي كولا) كعلامة للمشروبات الغازية.

(3) انظر: في القانون المصري : الخولي، أكثم أمين. الموجز في القانون التجاري. القاهرة، ١٩٧٠م، ص٣٦٧.

(4) عبد الرحيم، ثروت. الملكية التجارية الصناعية في الأنظمة السعودية. الرياض، مطبعة جامعة الملك سعود، ١٤٠٧هـ، ص١٣١.

(5) عوض، علي جمال الدين. الوجيز في القانون التجاري. القاهرة، دار النهضة العربية، جـ ١ ، ١٩٧٥م، ص ١٥٣.

(6) محرز ، أحمد محمد .القانون التجاري. مرجع سابق، ص٤٧٣.

(7) بشرط ألا يكون منطوياً على غش أو اتخذه كوسيلة لتقليد اسم مشهور ولشخص آخر.

(8) مثال ذلك (بابليون، رمسيس، كيلوبترا).

(9) القليوبي، سميحة. الملكية الصناعية. القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦٧م، ص٤٧٣.

هـ - اسم جغرافي بشرط ألا يحدث لبساً فيما يتعلق بمصدر البضاعة.[1]

ولاشك أن الكلام هنا عن الإمضاءات كوسيلة لتمييز الوثائق التي تصدر عن الشخص، فقد استعملت لتوثيق البضائع الخاصة بالتاجر، وأنها قد احتلت مكانـاً بارزاً بين العلامات التجارية[2]، وهي لا تخرج عن كونها أسماء لذلك فإنها تأخـذ حكم الأسماء في هذا الخصوص[3]، وقد أجاز المـشرع في النظـام الـسعودي للعلامات التجارية في المادة (١) أن يتخذ منها علامة لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات متى توفر لها شرط تمييزها عن غيرها.

٢ - الحروف [4] والأرقام[5]:

يجيز النظام السعودي للعلامات التجارية في مادتـه (١) اتخـاذ الحـروف والأرقام علامات تجارية، سواءً كانت حروفاً فقط أو أرقاماً فقط، وكذلك فإنـه يجيز استخدامها مجتمعة.[6] ولكي تكتسب الحروف والأرقام صفة العلامة، فلابد من توفر شرط الصفة المميزة، وألاّ يكون من شأنها تضليل الجمهور.[7] وألاّ يكون فيها لبس يفقدها صفتها المميزة، ومقياس اللبس الذي ينشأ في العلامـات الـتي

---

(1) ورد في الفقرة (٦) من المادة (٢) من نظام العلامات التجارية السعودي. ومثال ذلك : (استخدام الاسـم الجغـرافي للايهام بمصدر غير صحيح للسلعة).

(2) انظر : صرخوه، يعقوب. النظام القانوني للعلامات التجارية. مرجع سابق، ص٢٩.

(3) زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية التجارية. عمان، دار الثقافة، ١٩٩٩م، ص٢٦٢.

(4) مثال ذلك : العلامة المكونة من الحروف A.B.V هي الحروف الأول من اسم شركة الخزف الاستراتيجي السعودي، وحرف (O) علامة تستخدم لتمييز شركة ملابس جاهزة.

(5) مثال ذلك : (555) علامة تستخدم لتمييز نوع من العطور، ورقم (747) علامة تستخدم لتميز أشرطة كاسيت.

(6) مثال ذلك : (7.UP) علامة تستخدم لتميز نوع معين من المشروبات الغازية، و (U2) علامة تستخدم لتميز نـوع معين من الملابس الجاهزة، و (O+) علامة تستخدم لتميز نوع معين من الملابس الجاهزة للأطفال.

(7) انظر : شفيق ، محسن. القانون التجاري المصري. حلب، مطبعة القاهرة، ١٩٤٩م، ص ١٣٦.

تتكون من أحرف متشا ة هو مقدار الشبه بينها لا الاختلاف، والمسألة متروكة لتقدير محكمة الموضوع.

٣ - الرسوم[١] والرموز[٢] والصور[٣]:

إن العلامة لم تكن في بدايتها مأخوذة من الكلمات والأسماء، "وإنما كانــت من الرموز والرسوم والرموز التصويرية، والسبب في ذلك أ ا تــؤثر في حاســة البصر والسمع بعكس الأخرى التي تؤثر في حاسة السمع فقط"[٤].

ولذلك أجاز النظام السعودي أن تكون الرموز والرسوم والــصور علامــة تجارية شريطة أن تكون ذات صفة مميزة، ولا تؤدي إلى اللبس والتضليل"[5]، فلا يجوز لصاحب سلعة مماثلة أن يضع هذا الرسم أو الرمز أو الصورة عليها كعلامة لــه إلا إذا حصل على إذن مسبق منه" [٦]، لأن الهدف من ذلك هــو حمايــة الجمهور من الوقوع في الخطأ والتضليل.

---

(1) مثال ذلك : تكوين فني يتضمن منظر طبيعي من المناظر العامة الأثرية كالأهرامات أو كنهر يجري، ومناظر الحيوانات كأسد يزأر أو فيل أو نعامه.

(2) مثال ذلك : الرسم المرئي ا سم (للأزهار أو الشمس أو القمر أو السيارة أو الطائرة).

(3) مثال ذلك : أي صورة فوتوغرافية لأي إنسان أو شخصية معينة.

(4) الخولي ، أكثم أمين. الموجز في القانون التجاري. مرجع سابق، ص٣٦٩.

(5) المادة (٢) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

(6) سعودي، محمد توفيق. القانون التجاري. القاهرة، مطبعة أكاديمية الشرطة،جـ ١، ١٩٩٣م، ص٢٦٠.

٤ - الأختام والنقوش:

"إن هذه الكلمات لا تعني العلامات في ذا ا بل طرق وضع العلامات على المنتجات، فالعلامات قد توضع على المنتجات إما بطريقة الـ ـدفع أو الـ ـنقش أو الختم، وما يلصق ببطاقات مطبوعة عليها"[١].

وقد أجاز النظام السعودي اتخاذ عنوان المحل التجاري[٢]، علامة تجارية لتمييز منتج معين إلا أنه اشترط لذلك أن يتم تسجيله، وأن يكون ذا صفة مميزة.

٥ - أشكال أخرى للعلامات التجارية:

إن التعدد في الأشكال والأنواع التي وردت في المادة (١) من نظام العلامات التجارية السعودي، قد جاء على سبيل المثال لا الحصر، وذلك حسب مـ ـا ورد بنص المادة بقولها: "أية إشارة أخرى، أو أي مجموع منها تكون صـ ـالحة لتمييـ ـز منتجات..."

وعلى ذلك فإنه توجد صور أخرى من العلامات التجارية يملك المخـ ـتص بنظر العلامات التجارية الحق في تقديرها إذا كانت صالحة لأن تكون علامـ ـات تجارية ، أو تكون موضع شكوى من عدمه فلا تسجل[٣]. والأمثلة على ذلـ ـك كثيرة ومن ذلك :

---

(1) أنظر : طه، كمال مصطفى. الوجيز في القانون التجاري. مرجع سابق، ص ٤١٨. وانظر : الشرقاوي، محمد سمـ ـير. القانون التجاري. مرجع سابق، ص٥٣٢.

(2) يقصد به التسمية أو الشارة التي توضع على واجهة المتجر "التسمية المبتكرة للمشروع".

(3) انظر : الخولي، أكثم أمين. الوجيز في القانون التجاري. مرجع سابق ص٣٦٩.

١- **الغلافات:** "قد تكون العلامة من الشكل الخاص للتغليف أو العلب أو الزجاجات التي توضع فيها السلع طالما كان لها شكل مميز".[١]

٢- **الألوان:** بحيث تكون عنصراً جوهرياً في ترتيب الرموز والكلمات التي تستعمل علامة تجارية لتغطيتها بشكل يمنع اللبس بينها وبين غيرها من العلامات الأخرى[٢].

ونتيجة لما قد ينتج من خلاف على الألوان بين مسجلي العلامات نجد أن المنظم السعودي قد ضمن عدم حصول ذلك بما ذكره في اللائحة التنفيذية [٣] في المادة (١٨) التي تنص على:

"أن كل علامة تسجل ولم يحدد لها لون معين يعتبر تسجيلها سارياً على جميع الألوان".

٣- **شكل المنتج:** قد يميز العلامة التجارية الشكل الذي تصنع فيه السلع،كما لو كانت مستديرة أو مربعة أو طويلة، بشرط ألا تكون من مستلزمات السلعة"، بمعنى أنه لا يجوز إنتاج السلعة إلا في هذا الشكل، فلا يمكن اتخاذ هذا الشكل علامة تجارية تؤدي إلى احتكار صاحبها للاستعمال وحرمان الآخرين منها".[٤]

٤- **وضع العلامات على المنتجات[٥] :** قد تستعمل العلامات التجارية بوضعها على المنتجات بمعنى "أن توضع العلامة على المنتجات نفسها، سواءً كان

---

(1) القليوبي ، سميحة. الملكية الصناعية. مرجع سابق، ص٢٢٥.

(2) انظر : صرخوة ، يعقوب. النظام القانوني للعلامات التجارية. مرجع سابق، ص٤٠.

(3) الصادرة بالقرار الوزاري رقم ٩٤ وتاريخ ١٤٠٤/٨/٥هـ .

(4) انظر : عباس ، محمد حسني. الملكية الصناعية والمحل التجاري. مرجع سابق، ص٢٩٦.

(5) مثال ذلك : أسماء المصانع والمنتج على المنتوجات والعقاقير الطبية والروائح العطرية.

ذلك بشكل طباعة أو شريط من النسيج على الغلاف، حتى لو كانت طبيعة المنتجات لا تسمح بوضع العلامة عليها"[١]، بشرط أن تتخذ صفة مميزة.

٥- **البطاقات[٢] :** البطاقة بصفتها المجردة لا تعد علامة إلا إذا حوت شكلاً مميزاً حتى يجوز أن تكون علامة، فمثلاً إذا كانت البطاقة على شكل مثلث ذات أرضية خضراء، وخطوط بيضاء، وفي داخلها نجمة صغيرة صفراء، وملونة ومحاطة بسيفين، فإنه يجوز اعتبارها علامة تجارية.[٣]

ولا شك أنه يصعب حصر ما يمكن اعتباره علامة تجارية، لأن ذلك من الصعب إن لم يكن من المستحيل، ولاشك أن أي إشارة أو علامة يجب أن تتصف بصفة مميزة للسلعة التي تحملها، كما تتصف بالجدة، وفوق كل هذا وذاك يجب أن تكون مشروعة ، فإن توفر ذلك كله جاز اتخاذها علامة تجارية.

الفرع الثاني : **أنواع العلامات التجارية** :

لاحظنا أن النظام السعودي للعلامات التجارية[٤] قد أعطى مفهوماً واسعاً للعلامة التجارية، فهو لا يقتصر على العلامة التي تستخدم في تمييز بضائع التاجر والصانع فقط، بل امتد ليشمل جميع أنواع العلامات التي تستعمل في تمييز المنتجات بوجه عام مهما كان مصدر إنتاجها، وتميز الخدمات مهما كان نوعها .

---

(1) صرخوه ، يعقوب. مرجع سابق. ص٤٧.

(2) يقصد منها: كل مسطح معين يميز شكلاً مميزاً سواءً كان من ورق أو كرتون أو نسيج أو أي مادة أخرى، وتوضع على المنتج للتعريف به عند المستهلك.

(3) زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص٢٦٥.

(4) المادة (١) من نظام العلامات السعودي .

ويمكن استعراض هذه الأنواع من العلامات التجارية المستخدمة في النظام السعودي على النحو التالي:

١- العلامة التجارية الخاصة بالبضائع (موضوع الدراسة):

يقصد بالعلامة التجارية تلك المستخدمة في تمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات لإعطاء الدلالة على من تخص بسبب صنعها أو اختيارها، أو الاتجار بها، أو عرضها للبيع، أو تقديمها وقد جاء في النظام السعودي[١] أن استخدام العلامة التجارية هو لتمييز أنواع البضائع أو المنتجات كافة، سواءً كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو حرفية ، أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به ، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات. وليس هناك آثار قانونية للتفرقة بين هذه الأشياء ، فهي تخضع لنفس الأحكام والقواعد.[٢]

٢- علامة الخدمة [٣]:

عرفها القانون القطري بأنها: "كل إشارة ظاهرة تستخدم، أو يراد استخدامها لتمييز خدمات مشروع عن مشروع آخر".[٤]

---

(١) المادة (١) من نظام العلامات التجاري السعودي.

(٢) انظر: الخولي، أكثم أمين. الموجز في القانون التجاري، مرجع سابق، ص٣٢١.

(٣) مثال ذلك : علامة شركة الخطوط الجوية السعودية التي توضع على الطائرات وأدوات الطعام وملابس العاملين.

(٤) المادة (١) من القانون التجاري القطري رقم ٣ بشأن العلامات والبيانات التجارية، لسنة ١٩٧٨م.

وقد نصت المادة الأولى والسادسة من النظام السعودي – الصادر بتـاريخ ١٤٠٤هـ - على استخدام علامات الخدمة للدلالة على خدمة من الخدمات لما لها من أهمية في الكشف عنها من التطور السريع في الميادين الاقتصادية والتجارية.

وبعقد مقارنة بين العلامة التجارية المستخدمة في تميز البضائع أو المنتجـات وبين تلك التي تميز الخدمة نجد الأولى تشير إلى العلامات المستعملة في تمييز البضائع أو المنتجات على اختلاف أشكالها وأنواعها من العطور وغيرها حتى الطـائرات، بينما علامات الخدمة تخص الأشياء التي تستعمل لجميع أنواع الخدمات، من تأجير السيارات، حتى الأشياء التي يستعملها المشروع، فهي تعني العلامة التي تستعمل في جميع الخدمات لتحديد خدمات شخص وتمييزها عن خدمات شخص آخـر.[1] وبذلك يتضح الفرق بينها وبين العلامات التي توضع على السلع.

٣- العلامات الجماعية:

عرفها القانون التجاري القطري بأ ا هي: "التي تـستخدمها أو يـراد أن تستخدمها مشروعات مختلفة بالنسبة لمنتجا ا، أو خدما ا تحت مراقبة أو فحص مالك هذه العلامة، ويكون مالك العلامة الجماعية شخصاً اعتباريـاً خاصـاً أو عاماً، سواء كان أو لم يكن لها طابع صناعي أو تجاري"[2].

ومعنى ذلك أ ا هي العلامات التي تستخدمها عدة مـشروعات اقتـصادية تباشر نوعاً من المنتجات أو الخدمات أو يجمعها اتحاد، أو تنظيم عام، أو مؤسسة

(1) انظر : صرخوه ، يعقوب. مرجع سابق، ص٥١.

(2) المادة (١) من القانون التجاري القطري رقم ٣ بشأن العلامات والبيانات التجارية.

عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات دون القيام بنفسها بعملية الإنتاج، كما جاء في النظام السعودي للعلامات التجارية،[1] ولائحته التنفيذية.[٤]

ونظراً لما لهذه العلامة من الدور الفعال في الرقابة على جودة المنتجـات أو مصدرها أو نوعية الخدمات المقدمة للمستفيدين منها، فقد سميت علامة الرقابـة، ومن ثم فإن الجهة التي تملكها تمنع من الإنتاج ويقتصر دورها على عملية الرقابـة على ميزان المنتج، وتوضع العلامة لضمان توفر هذه المميزات[٢]. وقد نص النظام السعودي للعلامات التجارية على جواز الأخذ بالعلامات التجاريـة الجماعيـة، حيث أجاز تسجيلها[٣] وخول ذلك لوزير التجارة،[٤] وحدد بموجب اللائحـة التنفيذية أوضاعها والمستندات التي يتعين تقديمها للتسجيل، [5] كما كفل عـدم جواز تسجيلها بعد انتهائها لصالح الآخرين، ذلك بالنسبة للمنتجات والخـدمات المطابقة والمماثلة[٦] وقد شملها بالحماية بموجـب المـادة (٤٦)[٧] مـن النظـام السعودي.

(1) المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية.

(٤) المادة (٣٣) من نظام العلامات التجارية.

(2) لذلك تعرف العلامة الجماعية بعلامة الرقابة أو علامة الجودة.

(3) ورد في المادة (٦) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(4) ورد في المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(5) ورد في المادة (٤٤) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(6) ورد في المادة (٤٥) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(7) بتطبيق أحكام النظام عليها في ما لا يتعارض مع طبيعتها.

ويكون تسجيل العلامة الجماعية للمشاريع الاقتصادية التي تباشر نوعاً معيناً من المنتجات أو الخدمات ويجمعها اتحاد أو تنظيم أو مؤسسة عامـة تـسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات دون القيام بنفسها بعملية الإنتاج.[١]

---

(1) مادة (٣٣) من اللائحة التنفيذية للعلامات التجارية في النظام السعودي، ويكون ذلـك وفقـاً للاسـتمارة المعـدة والمنصوص عليها بالمادة (٣٤) من اللائحة التنفيذية ويشمل ذلك (عدد١٠ صور للعلامة وعدد ٢ صـورة لنظـام المؤسسة، عدد ٢ صورة للنظام الذي سيتبع).

٤- العلامات الوقتية:

العلامات الوقتية هي علامات يتخذها صاحب العلامة كفالة لحماية علامته التجارية الخاصة لوقت معين أثناء مشاركته في المعارض، والأسواق الوطنيـة، أو الدولية. وقد نص النظام السعودي للعلامات التجارية على الأخذ ذا النوع من العلامات وذلك من خلال بعض نصوص اللائحة التنفيذية حيث إنـه في حـال "رغب صاحب العلامة في كفالة الحماية الوقتية لعلامتـه الخاصـة بالمنتجـات المعروضة في المعارض الوطنية والدولية التي تقام في المملكة العربية السعودية أو في إحدى الدول التي تعامل المملكة بالمثل فعليه أن يخطر مكتب العلامات التجاريـة بوزارة التجارة برغبته" [١] وذلك قبل افتتاح المعرض بشهر على الأقـل، وعليـه تحرير استمارة معدة لذلك تحوي أربع صور للعلامة وما يفيد أداء الرسوم المقررة. ويقيد طلبه[٢] في سجل خاص ويمنح الطالب من المكتب شهادة بالحماية الوقتيـة لعلامته[٣] وهذه الشهادات لا تعطى إلا بموجـب المـادة (٣٨) مـن اللائحـة التنفيذية.[٤]

---

[1] ورد في المادة (٣٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

[2]ورد في المادة (٣٦) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي. يشمل هذا السجل : (التـاريخ واسـم المعرض والمنتجات والخدمات).

[3] ورد في المادة (٣٧) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي. وذلك بمدة لا تتجاوز ٦ شـهور مـن افتتاح المعرض.

[4] حيث نصت على أن (لا تعطى الشهادة إلا بالنسبة للمعارض التي يحددها قرار الوزير).

المطلب الرابع

شروط العلامات التجارية

يشترط النظام السعودي لصحة العلامات التجارية بحيث تستحق حماية القانون أن تتوافر فيها شروط معينة وهي كونها صفة مميزة وشرط الجدة، وشرط المشروعية. وهذه الشروط لابد منها لوجود العلامة التجارية من الناحية الواقعية كذلك. وسوف نستعرضها على النحو الآتي:

الفرع الأول : شرط الصفة المميزة :

يجب أن تكون العلامة التجارية التي يراد تسجيلها صفة مميزة (أي فارقة) لأنها تهدف إلى تمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات بعضها عن بعض، "ولذلك فلابد من الأصالة الذاتية للعلامة".[1]

ويقصد بذلك أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تميزها وتمنع من الخلط بغيرها وتجعل من اليسير معرفتها، وذلك لأن الأهمية في العلامة لا تكمن في الشكل والدلالة الداخلة في تكوينها، وإنما تكمن في الشكل الفارق المميز،الذي به يمكن أن يعتبر علامة تجارية بالإمكان تسجيلها، وبالتالي تكتسب الحماية القانونية.

ولقد حدد النظام السعودي المقصود بالصفة المميزة في المادة (١) من نظام العلامات التجارية وذلك بأن يكون للعلامة شكل خاص تمتاز به عن غيرها، فإن كانت العلامة خالية من أية صفة مميزة فإنها لا تعتبر علامة تجارية.[٢]

---

(1) سعودي، محمد توفيق. القانون التجاري. مرجع سابق، ص٢٦١.

(٢) الفقرة (١) من المادة (٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

ومن هذا المنطلق فإنه لا تعد علامة تجارية قابلة للتسجيل التي تستحق الاستعمال لفترة طويلة ونالت بذلك شهرة فعلية ومن خلاله الحماية القانونية ومن ذلك الآتي:

١- العلامة النوعية[١] :

هي العلامة المستخدمة للدلالة على نوعية المنتجات.

٢- التسميات المعتادة[٢]:

وهي العلامة المستخدمة للدلالة على المنتجات.

ومن خلال ما تقدم فإن العلامات المجردة والنوعية الوصفية لا يمكن حمايتها قانوناً، باستثناء ما نتج من هذه الأنواع باكتساب صفته المميزة من الاستعمال لفترة طويلة، ونال بذلك شهرة فعلية[٣] من خلال الحماية القانونية.

٣- العلامة المجردة (العادية):

وهي التي تحمل صفة فارقة تميزها، وتكون من شكل[٤] مألوف شائع الاستعمال.

---

(1) مثال ذلك : وضع صورة لنوع من الفاكهة كعلامة لنوع من العصير، أو صورة حيوان لعلامة لنوع من اللحوم.

(2) مثال ذلك : "فازلين" "كالسيوم" "سيبرين" وكثير من المستحضرات الطبية.

(3) انظر : الخولي ، أكثم أمين. مرجع سابق. ص٣٥٣.

(4) مثال ذلك: صورة جندي، وصورة رجل يمتطي حصاناً، أو مجرد رسم دائرة ومثلث. انظر : عبد الرحيم، ثروت. الملكية التجارية الصناعية. مرجع سابق، ص١٣٥.

٤- العلامة الوصفية [١] :

هي التي تدل على مصدر المنتجات أو المواد الداخلة في تركيبها أو صـفا ا الأساسية أو وصفها بأوصاف جذابة [٢].

الفرع الثاني : شرط الجدة في العلامة التجارية:

يعتبر شرط الجدة من أهم الشروط اللازم توفرها في العلامـة التجاريـة[٣]، ويقصد به أن تكون العلامة التجارية جديدة لم يسبق استعمالها من قبل شـخص آخر، ولا يشترط في هذا الصدد أن تكون الجدة مطلقة وإنمـا تكفـي الجـدة النسبية[٤].

وتحدد الجدة للعلامة التجارية من نواح ثلاث، هي :

(أ) من حيث نوع المنتجات "صنفها":

هذا النوع من المنتجات [٥] يجب أن تكون العلامة المراد تسجيلها جديـدة ولذلك فإن استخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز منتجات أخرى مختلفة عنها اختلافاً يمتنع معه الخلط بينـهما، مـع

---

(١) انظر : الخولي ، أكثم أمين. مرجع سابق. ص ١٣٦.

(٢) مثال ذلك : العلامات الدالة على المصدر "البن اليمني"، "الجبن الهولندي" والعلامة الداخلـة في تركيـب المنـتج أو أوصافها الأساسية "نباتين" لأ ا وصف للمسلى بأ ا نباتي، للعلامة ذات الألفاظ الجذابة "شيك" و "لذيذ".

انظر : عبد الرحيم ، ثروت. مرجع سابق. ص١٣٦.

(٣) انظر المادة (٨) من النظام السعودي للعلامات التجارية للاستدلال على هذا الشرط، بحيث (أنه إذا طلب شخصان أو أكثر في وقت واحد تسجيل العلامة التجارية ذا ا أو علامات متقاربة أو متشا ة عن فئة واحدة... إلى آخر المادة).

(٤) انظر : عبد الرحيم ، ثروت. مرجع سابق. ص ١٣٧.

(٥) ولا يحول دون جد ا أن تكون قد استعملت لنوع آخر من المنتجات، فقد منع استخدام علامة مميزة لتمييز منتجـات متماثلة أو متشا ة، وحكم في ذلك بعدم جواز استعمال علامة فارقة لنوع من الساعات لتمييز منتجات.

ملاحظة أن تقدير قيام التشابه أو الاختلاف بين المنتجات هو مما تستقل به محكمة الموضوع دون رقابة محكمة أعلى [1]. لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي التباس أو خلط بين السلع المتباينة في الصنف، حتى لو حملت ذات العلامة التجارية[2].

(ب) من حيث الزمان:

تكون الجدة نسبية من حيث الزمان، فلا يشترط لكي تعتبر العلامة جديـدة إلا يكون قد تم استعمالها سابقاً بصورة مطلقة في الماضي، بل جاز ذلك ولو سبق استعمالها وتسجيلها، فالعبرة في استعمال العلامة لا تكمن في ابتكارها فقط بل في استعمالها بصورة دائمة[3]، فلو سبق شخص آخر في تسجيل علامة لاستخدامها، ثم توقف عن استعمالها فترة طويلة من الزمان[4] فإنه يحق للغير أن يسجل هـذه العلامة باعتبارها قد أصبحت علامة مهجورة، ولا يعد ذلك تعـدياً عليهـا إذا أثبت[5] عدم استعمالها من قبل صاحبها الأول، أو انتهت مدة الحماية القانونيـة المقررة لها دون مبادرة المالك لطلب تجديد مدة الاستعمال، فيمكن للغير استخدام العلامة نفسها لتمييز منتجاته بعد تسجيلها، لأنه مع عدم التجديد قد تنازل عـن حقه فيها فصح استعمالها.

---

(1) انظر : عبد التواب، معوض. الوسيط في شرح الجدة والغش في التدليس وتقليد العلامات التجارية. الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، ١٩٨٥م، ص٢٠٧.

(2)ناصيف، إلياس. الموسوعة التجارية الشاملة. لبنان، مطبعة عويدات، جـ ١، ١٩٩٩م، ص٢٣٨.

(3) انظر : الخولي، أكثم أمين. القانون التجاري. مرجع سابق، ص٣٧٦.

(4) التي لم تستعمل بصفة جدية لمدة سنتين متتاليتين دون تقديم ما يبرر عدم الاستخدام من المالك في النظـام الـسعودي للعلامات التجارية.

(5) انظر : زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص ٢٨٣ .

ج) من حيث المكان:

ترتبط جدة العلامة من حيث استعمالها، وتقدر الصفة النسبية لهذه الجـدة بالنظر لجميع أقاليم الدولة، فإذا سبق أن استعملت العلامة المطلوب تـسجيلها في جزء من الدولة فإن ذلك ينفي عنها صفة الجدة، وبالتالي فإن المنافس لا يمكن له استعمال ذات العلامة في جزء آخر من هذه الدولة [1].

أما العلامات التجارية الأجنبية "المسجلة في الخارج" التي لم يتم تسجيلها في سجلات المملكة العربية السعودية، فلا تتمتع في النظـام الـسعودي بالحمايـة، وبذلك لا يخول تسجيل العلامة في الخارج، دون استخدام ذات العلامة بالمملكة لتمييز منتجا ا المماثلة، ما عدا ما قد يتقرر بمقتضى المعاهدات الدولية أو بمقتضى المعاملة بالمثل[٢]، وأما العلامات التجارية ذات الشهرة الدولية المـسجلة في غـير المملكة فإ ا تتمتع بالحماية داخل المملكة.[٣]

الفرع الثالث : شرط المشروعية:

يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا تكون العلامة من العلامات التجاريـة الممنوعة أو المحظور اتخاذها بموجب النظام، أي أن تسمح النـصوص القانونيـة بتسجيلها، وأن لا تمانع في استعمالها.

وقد نص نظام العلامات التجارية السعودي[٤] على أنه لا تعتبر علامة تجارية في تطبيق أحكام النظام العلامات التالية:

---

(1) القليوبي ، سميحة. الوجيز في التشريع الصناعي. مرجع سابق، ص٢٣٥.

(2) انظر : المادة (٤) بالفقرة (٢ ، ٣) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(3) انظر : المادة (٢) بالفقرة (١٠) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(٤) المادة (٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

١- الإشارات الخالية من أي صفة مميزة والتي تعتبر وصفاً لخصائص المنتجات أو الخدمات، أو تكون مجرد مسميات عادية يطلقها العرف على المنتجـات أو الخدمات.

٢- كل تعبير أو إشارة أو رسم مخل بالشعائر الدينية، أو يكون مطابقاً أو ممـاثلاً لرمز ذي صبغة دينية بحتة.

٣- كل تعبير أو إشارة أو رسم مخالف للنظام العام والآداب العامة.

٤- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز والأسماء أو التسميات الخاصـة بالمملكة أو بإحدى الدول التي تعاملها بالمثل، أو بمنظمة دولية أو حكومية، وكذلك أي تقليد لهذه الشعارات أو الأعـلام أو الرمـوز أو الأسمـاء أو التسميات.

٥- الشارات والدمغات الرسمية للمملكة وللدول والمنظمات المـشار إليهـا في الفقرة السابقة والخاصة برقابتها على المنتجات والخدمات أو ضما ا مـا لم يكن مصرحاً بذلك من الجهة المختصة.

٦- الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمصدر المنتجات والخدمات أو أصلها، أو إذا كان من شأنه احتكار بيان للمـصدر أو تسمية المنشأ دون وجه حق.

٧- صور الآخرين أو أسماؤهم ما لم يوافقوا هم أو ورثتهم على استعمالها.

٨- البيانات الخاصة بدرجات الشرف.

٩- البيانات التي من شأ ا أن تضلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عـن مصدر المنتجات أو الخدمات أو صفا ا الأخرى، وكذلك العلامات الـتي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور.

١٠- العلامات المطابقة أو المشابهة للعلامات ذات الشهرة العالمية ولو كانت غير مسجلة بالمملكة.

١١- العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين أو لدول يحظر التعامل معها وفقاً لقرار صادر من قبل الجهة المختصة.

١٢- الإشارات المطابقة أو المشابهة لعلامات سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين من منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة، وكذلك الإشارات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض المنتجات أو الخدمات الحط من قيمة منتجات أو خدمات الآخرين.

وهذه الحالات التي يتعين فيها على قسم تسجيل العلامات التجارية أن يمتنع عن تسجيلها كعلامات تجارية وردت على سبيل الحصر ، أي أنها استثناء من الأصل ، وهو الجواز الذي يعطي التاجر أو المنتج أو صاحب الخدمة مبدأ حرية اتخاذ العلامة التجارية التي يريدها ، ولذا وجب ألا يقاس على تلك الحالات وأن لا يتم التوسع في تفسيرها[١].

ورغم ورود حالات حظر استعمال العلامات التجارية على سبيل الحصر، إلا أن النص يتسع في الواقع لكافة صور عدم المشروعية، التي يمكن أن تثيرها العلامة التجارية من الناحية العملية[٢].

---

(1) شفيق ، محسن. القانون التجاري المصري. مرجع سابق، ص٥١٨.

(2) انظر : عبد الرحيم، ثروت. الملكية التجارية الصناعية.مرجع سابق، ص١٤٠.

الفرع الرابع : شرط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية:

نصت اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي على أنه يجـوز لمكتب تسجيل العلامات التجارية طلب ترجمة العلامة التجارية إذا كانت مكتوبة بلغة أجنبية غير اللغة العربية[١]. وهذا لا يحول دون استخدام اللغة غير العربية في العلامة التجارية.

ويرى البعض[٢] "جواز كتابة العلامة باللغة العربية إلى جانب كتابتها باللغة الأجنبية، على أن تكون اللغة العربية أكثر وضوحاً".

وكما سبق ذكره فإن اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي[٣] قد نصت على جواز تكليف الطالب بتسجيل علامة اشتملت على لفظ أو أكثر مكتوب بلغة أجنبية بتقديم ترجمة باللغة العربية، وبيان كيفية نطقـه بـالحروف العربية.

وهذا النص يقرر أن الترجمة أمر متروك لتقدير الموظف المخـتص، وكـان الأولى أن يكون واجباً، لأن اللغة العربية هي لغة المملكة وعنوان رئـيس لهـا، فكان من اللازم أن ينص على استخدامها على وجه الإلـزام إظهـاراً لمكانتـها واعتزازاً بها[٤].

---

(1) المادة (٥) من نظام العلامات التجاري السعودي.

(2) الشرقاوي، محمود سمير. القانون التجاري. مرجع سابق، ص٥٦٣.

(3) المادة (٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجاري السعودي.

(٤) انظر : الأسمر ، صلاح سليمان. قانون العلامات التجارية الاردني والمصري. مرجع سابق، ص٤١.

المبحث الثاني

طبيعة العلامة التجارية حسب المفهوم القانوني

تكملة لما سبق، وحرصاً على تناول العلامة التجارية بشكل أشمل نجد أن من اللازم إيضاح التكييف القانوني لها، وذلك من خلال المطلبين الآتـيين اللـذين نعززهما بمطلب ثالث عن تطور قانون العلامات التجارية:

المطلب الأول: العلامة التجارية هي من عناصر مفردات الملكية الفكرية.

المطلب الثاني: العلامة التجارية هي حق من الحقوق المعنوية "الذهنية".

المطلب الثالث : نبذة عن تطور قانون العلامات التجارية بشكل عـام، ونظـام العلامات التجارية السعودي بشكل خاص.

المطلب الأول

العلامة التجارية في الملكية الفكرية

لقد ميز الله سبحانه وتعالى الإنسان بذهنه الذي يفكر به عند الحاجة لذلك، وهذا لاستثمار الفكر النابع عن العقل والذهن الذي يؤدي إلى الإبداع والابتكار لأشياء لم تكن موجودة من ذي قبل، وهذا الفكر والإبداع يشمل جميع مناحي الحياة، ومن بينها ابتكار العلامات التجارية للأنشطة الاقتصادية سواء كانت صناعية أو خدمية، مما يوفر الحماية النظامية الكافية لهذه الأنشطة.

الفرع الأول: **التعريف بالملكية الفكرية ومفرداتها**:

لقد تم تعريف الملكية الفكرية بتعاريف كثيرة من قبل كثير من فقهاء القانون، إلا أن هذه التعاريف كان يشوبها بعض النقص في بيان المعنى الذي تعنيه هذه الملكية، إلا أن هناك من عرفها[1] تعريفاً جامعاً مانعاً، موضحاً فيه ميزات وخصائص هذه الملكية الفكرية جاء فيه أنها:

"سلطة مباشرة يعطيها القانون للشخص على كافة منتجات عقله وتفكيره، وتمنحه مكنة الاستثمار والانتفاع، بما تدر عليه هذه الأفكار من مردود مالي للمدة المحددة قانوناً، ودون منازعة أو اعتراض من أحد".

(1) الكسواني ، عامر محمود. الملكية الفكرية. عمان، دار الجيب، ١٩٩٨م، ص٦٨.

ويتضح من خلال هذا التعريف أنه شامل لجميع عناصر ومفردات الملكيـة الفكرية، بالرغم من اختلاف طبيعتها وتعددها، ومن بينها العلامة التجارية موضع الدراسة.

أنواع الملكية الفكرية:

١- **الملكية الأدبية والفنية:** وهي ما للمؤلف من حق على مصنفاته المبتكـرة في الآداب والعلوم والفنون[١].

٢- **الملكية الصناعية والتجارية:** وهي الحق الذي يرد على بـراءات الاختـراع والرسوم والنماذج الصناعية، والعلامات التجاريـة، والأسمـاء التجاريـة، وكذلك ملكية المحل التجاري[٢]. وتختصر عادة الملكية التجارية الـصناعية، إلى الملكية الصناعية[٣].

ومن خلال ما تقدم يتضح أن العلامة التجارية هي عنصر من عناصر الملكية التجارية والصناعية، وهذه الملكية التجارية والصناعية تنقسم عناصرها إلى قسمين في هيئة حقوق قد اصطلح على تسميتها بالحقوق الملكية الصناعية كالآتي:

أولاً: حقوق ترد على ابتكارات جديدة كالاختراعـات والرسـوم والنمـاذج الصناعية.

---

(1) انظر : حسنين، محمد. الوجيز في الملكية الفكرية. الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ١٤٠٥هـ، ص١٠.
وانظر : الكسواني، عامر . الملكية الفكرية. مرجع سابق، ص٧٢.

(2) عبد الرحمن، حمدي. الحقوق القانونية. القاهرة، دار الفقه المصري، ١٩٧٥م، ص٢٠١ .
وانظر : طه ، مصطفى كمال. الوجيز في القانون التجاري. مرجع سابق، ص٥٣٩.

(3)حسنين، محمد. مرجع سابق. ص١٠.

ثانياً: "حقوق ترد على شارات مميزة كالأسماء التجارية والعلامات التجارية"[1]، وهي التي تستعمل في تمييز منتج عن مشا اته من المنتجات بالأسواق.

ومن خلال ما تقدم يتضح لنا أن العلامة التجارية هي حق يرد على شارات مميزة في تقسيمها كعنصر من عناصر الملكية التجارية، التي تدخل كمفردة مـن مفردات الملكية الفكرية.

الفرع الثاني: التمييز بين العلامة التجارية وما يلتبس بها من عناصر الملكيـة الصناعية والتجارية:

أولاً : التمييز بين العلامة التجارية والاسم التجاري :

الفرق بين العلامة التجارية والاسم التجاري يكمن في ثلاثة فروق، هي :

١- العلامة التجارية تستخدم لتمييز السلع والمنتجات عن مثيلا ا، بينما الاسـم التجاري يستخدم لتمييز المنشآت التجارية والصناعية عن مثيلا ا.

٢- العلامة التجارية قد تكون اسماً أو إشارة أو إمضاء، أو أرقاماً أو غير ذلـك، متخذة شكلاً مميزاً، بينما الاسم التجاري اسم معين فقط للمنشأة.

٣- العلامة التجارية اتخاذها أمر اختياري، بعكس الاسم التجـاري فهـو أمـر ضروري إلزامي لكل منشأة[2].

---

(1) محرز، أحمد محمد. القانون التجاري. مصر، مطبعة جامعة القاهرة، ١٩٩٤م، ص٤١٤.

(2) انظر : القليوبي ، سميحة. التشريع الصناعي. مرجع سابق، ص٢٢٨ – ٢٢٩.

ثانياً : التمييز بين العلامة التجارية والرسوم الصناعية:

إن الفرق بينهما يتضح بأن العلامة التجارية توضع لتمييز المنتجات عن غيرها مما يماثلها، بينما الرسم الصناعي نسق من الخطوط توضع على سطح المنتجات، الغاية منها إعطاء شكل جذاب[1] جميل للمستهلك ترغيباً للشراء.

ثالثاً : التمييز بين العلامة التجارية والبيانات التجارية:

إن العلامة التجارية من عناصر الملكية الصناعية والتجارية، على عكس البيانات التجارية التي لا تعد من عناصر الملكية الصناعية والتجارية، ولا من الحقوق الفكرية أبداً.

وبالتالي ليس هناك حق في الاستئثار باستعمالها،[2] ولا يكون فيها حق احتكاري للتاجر ، حيث يمكن للغير استعمالها، بخلاف العلامة التجارية التي تكون حكراً على مستخدمها، لا يملك الغير إمكانية استخدامها.

(1) انظر : عباس ، محمد حسني. الملكية الصناعية والمحل التجاري. مرجع سابق، ص٢٤٣.

(2) انظر : زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص٤٦٥.

المطلب الثاني

العلامة التجارية حق من الحقوق المعنوية

إن وضع العلامة التجارية على المنتجات الصناعية يقصد به الحصول على حقوق توفر للصانع والتاجر ومقدم الخدمات الاحتفاظ بعملائه، ومقتضاها يتمتع ا، إما باحتكارها استغلالاً لبيع منتجات معينة، أو انفراد بحق بيعها في شكل معين، وهي الحقوق التي ترد على أشياء غير مادية (أي على أشياء غير ملموسة لا تدرك بالحس وإنما تدرك بالفكر).[١]

وهذا النوع من الحقوق يطلق عليه تسمية الحقوق المعنوية والحقوق الذهنية، لأنه نتاج الفكر والذهن.

تعريف الحقوق المعنوية والذهنية هي:

حق يرد على شيء غير مادي، سواء كان ذهنياً كحق المؤلف في المصنفات العلمية والأدبية، أو في المخترعات الصناعية، أو كان في نشاط يجلب له العملاء، أي أن الحق يرد هنا، على قيمة من القيم،[٢] كحق التاجر في تجارته والعلامة التجارية، ويترتب على هذا حق احتكار واستغلال هذه الميزة في النشاط والنتاج.

وتتنوع الحقوق المعنوية والذهنية إلى أنواع مختلفة نظراً لتنوع نتاج الذهن واختلافه، إلا أنه يمكن تقسيمها إلى مجموعتين مختلفتين على النحو الآتي:

الأولى: ما يطلق عليه حقوق الملكية الأدبية والفنية "حق المؤلف".

---

(1) العدوي ، جلال على وزملائه. الحقوق وغيرها من المراكز القانونية. الإسكندرية، مطبعة المعارف، ١٩٩٦م، ص٣٧٤.

(2) انظر : مجلة ا مع الفقهي، العدد ٥ ، الجزء ٣ ، لسنة ١٤٠٦هـ ، ص٢٢٨٤.

الثانية: تتضمن ما اصطلح على تسميته "حقوق الملكية الصناعية والتجارية" التي تشمل براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية[1] (موضوع الدراسة).

ومما تقدم يتضح أن العلامة التجارية إنما هي حق يرد على شيء غير مادي من الحقوق المعنوية الذهنية، نتيجة لدخولها في تقسيم الحقوق المعنوية ضمن أحد فروعه وهي حقوق الملكية الصناعية والتجارية.[2]

والتكييف القانوني للحقوق المعنوية (الذهنية) بما فيها حقوق الملكية الصناعية والتجارية إنما هي التي ترد على القيم غير المادية وتعد من الحقوق الجديدة نسبياً، ذلك أن الفقه القانوني لم يكن يعرفها بطريقة محددة وواضحة، لكون التصنيف في الحقوق كان يقسم إلى حقوق عينية وحقوق شخصية، وهو تقسيم قديم يعود إلى نشأة القانون في العهد الروماني، الشيء الذي جعل من الصعب تحديد الطبيعة القانونية لهذا النوع، من الحقوق، "إذ إنها تشبه الحقوق الشخصية بسبب طابعها غير المادي، لكنها قابلة للاحتجاج بها على الكافة، مما يقربها من الحقوق العينية[3].

ونتيجة للاختلاف بين الحقوق الذهنية (أو المعنوية) وبين الحقوق العينية والحقوق الشخصية من حيث طبيعتها،[4] فقد أضيف لهذه الحقوق[5] نوع ثالث يندرج تحته حقوق الملكية الصناعية والتجارية وهي الحقوق الأدبية والفنية، التي اصطلح على تسميتها بالحقوق المعنوية أو الحقوق الذهنية النابعة عن نتاج الفكر والذهن.

---

(1) الناهي، صلاح الدين. الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية.مرجع سابق، ص٦٠.

(2) وهي حقوق استئثار صناعي أي حقوق تخول صاحبها أن يستأثر باستغلال ابتكار جديد واستغلال علامة مميزة، انظر : مجلة المجمع الفقهي (الحقوق المعنوية)، لجاسم النشمي، ع٥، جـ٣، سنة ١٤٠٩، ص٢٢٨٦.

(3) طه ، مصطفى كمال. الوجيز في القانون التجاري. مرجع سابق، ص٣٩٧.

(4) "إذ إن الحق العيني سلطة لصاحب الحق على شيء معين بذاته، أما حقوق الملكية الصناعية كبراءة الاختراع فيرد على شيء غير مادي، أما ملكية العيني فهي حق ملكية على شيء مادي والحقوق الشخصية تمثل علاقة أو رابطة قانونية بين دائن ومدين، وأما حقوق الملكية الصناعية تمثل سلطة استئثار باستغلال ابتكار جديد أو علامة مميزة".

(5) انظر : مجلة المجمع الفقهي (الحقوق المعنوية)، لجاسم النشمي، ع٥، جـ٣، سنة ١٤٠٩، ص٢٢٨٨.

المطلب الثالث

نبذة عن تطور قانون العلامات التجارية بشكل عام وفي نظام العلامات التجارية السعودي بشكل خاص

إن قانون العلامات التجارية، قانون حديث نسبياً، وترجـع بداياتـه إلى منتصف القرن التاسع عشر، حيث حصل أول اعتراف قانوني فعلـي بالعلامـة التجارية.

فقد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة ١٨٥٧. وسنت ألمانيـا قانون علامات تجارية في سنة ١٨٧٤. وأقرت بريطانيا قانون تسجيل العلامات التجارية في سنة ١٨٧٥. أقرت الإمبراطورية العثمانية (تركيا) قانونـاً لحمايـة العلامة التجارية في سنة ١٨٧٩. وسنت أسبانيا تشريعها للملكية الـصناعية في سنة ١٩٢٩. ووضعت إيطاليا تشريعـها المتعلـق بالعلامة التجاريـة في سـنة ١٩٤٢.[1]

أما في أمريكا فقد تأخر الاعتراف بالعلامة التجارية كموجـودات ذات قيمة، إلى ما قبل النصف الثاني من القرن العشرين بقليـل، إذ سـنت القـانون الاتحادي للعلامات التجارية لسنة ١٩٤٦م.

وقد أخذت الدول في أنحاء أخرى من العالم، بسن قوانين في مجال العلامات التجارية. فكان في الأرجنتين قانون المصانع والعلامات الزراعية لـسنة ١٩٠٠، وفي إيران قانون تسجيل العلامات وبـراءة الاختراعـات لـسنة ١٩٣١، وفي

---

(1) انظر : زين الدين، صلاح. الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص ٢٤٨.

باكستان، قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٤٠، وفي الفلبين، قانون العلامات التجارية ١٩٤٧، وفي استراليا قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٥٥، وفي الهند، قانون العلامات والبيانات التجارية لسنة ١٩٥٨، وفي اليابان، قانون العلامة التجارية لسنة ١٩٥٩، وفي إندونيسيا قانون الأسماء والعلامات التجارية لسنة ١٩٦١، وفي الصين قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٦٣.[1]

وقد كان هناك حدث مهم في القرن التاسع عشر ، فقد وجهت حكومة الإمبراطورية النمساوية - الهنغارية، آنذاك الدعوة، لدول أخرى للمشاركة في معرض للاختراعات أقيم في فيينا سنة ١٨٧٣. نتيجة لضعف الحماية القانونية للاختراعات أحجم العديد من المشاركين عن عرض اختراعاتهم فقاد هذا الحدث لعقد مؤتمر فيينا للتباحث حول حماية براءة الاختراع (١٨٧٣) :

وفي عام ١٨٧٨، وكمتابعة لمؤتمر فيينا - المنوه عنه - عقد في باريس مؤتمر عالمي حول الملكية الصناعية، ونتج عن هذا المؤتمر أن يطلب إلى إحدى الدول استضافة مؤتمر (دبلوماسي) دولي يهدف لتحديد أسس ونموذج التشريع في ميدان الملكية الصناعية الذي عمل له مسودة نهائية لمعاهدة تقترح (اتحادا) دولياً لحماية الملكية الصناعية.[2]

وأرسلت الحكومة الفرنسية مشروع المعاهدة المقترحة إلى عدد من الدول لحضور المؤتمر الدولي في باريس. وفي عام ١٨٨٠ عقد المؤتمر، وقد تبنى المؤتمر مسودة المعاهدة، التي تحوي البنود الجوهرية، التي شكلت العناصر الأساسية لمعاهدة باريس.

---

(1) انظر : الأسمر ، صلاح سليمان. قانون العلامات التجاري الأردني . مرجع سابق، ص ١٣٥.

(2) انظر : صرخوه ، يعقوب. مرجع سابق. ص ١٤ – ١٥.

وفي العام ١٨٨٣ عقد مؤتمر دبلوماسي في باريس وانتهى بإقرار الصيغة النهائية والتوقيع على معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية من قبل مندوبي الدول المشاركة.

وأدخلت تعديلات وتنقيحات على معاهدة باريس بين الحين والآخر، إذ تم تنقيحها في روما سنة ١٨٨٦ ، وفي مدريد سنتي ١٨٩٠، ١٨٩١ وفي بروكسيل سنة ١٨٩٧ وفي ستوكهولم سنة ١٩٦٧.

وهكذا، فإن معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣ تعتبر الوثيقة التي يرتكز عليها قانون العلامة التجارية على المستوى الدولي، والتي مازالت مبادئها سارية المفعول بالرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة والاقتصاد الدوليين جراء حربين عالميتين، فصلت بينهما بضع سنين. فالمعاهدة موضوع البحث أكدت أسس اكتساب الحقوق في العلامة التجارية للمطالبين بتلك الحقوق في جميع أنحاء العالم.(1)

وقد أخذت الدول العربية بسن القوانين بشأن العلامات التجارية فكان : في تونس قانون العلامات التجارية لسنة ١٨٨٩ والمعدل في سنة ١٩٣٦، وفي المغرب قانون حماية الملكية الصناعية لسنة ١٩١٦، وفي لبنان القرار التشريعي للعلامة التجارية لسنة ١٩٢٤، وفي فلسطين قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٣٠، ١٩٣٨ ، وفي مصر قانون العلامات والرسوم والنماذج الصناعية لسنة ١٩٣٩، وفي سوريا القرار التشريعي بشأن حماية الملكية الصناعية والتجارية لسنية ١٩٤٦، وفي العراق قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٥٧، وفي الجزائر قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٦٦.

---

(1) تم اقتباسه عن المرجع السابق، ص ١٧ – ١٨ ، عن : زين الدين ، صلاح. مرجع سابق. ص ٢٥٠.

ومن جانب آخر، فقد تم وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد لعام١٩٧٥ [1]، من قبل مركز التنمية الصناعية للدول العربية، وذلك لتحقيق التنسيق والانسجام بين مختلف تشريعات الدول العربية، وإزالة ما فيها من تباين أو تعارض، للوصول إلى حماية العلامة التجارية في كافة الأقطار العربية على قدم المساواة.

وقد جاء هذا القانون بعد مناقشة من قبل خبراء عرب وأجانب في مجال العلامات التجارية في مدينة تونس في عام ١٩٧٥، ثم تم تدقيقه في جنيف في عام ١٩٧٥، تم إقرار مواده في الدوحة في نفس العام.[٢]

وأما في المملكة العربية السعودية فقد سنت الحكومة السعودية بشأن العلامات التجارية نظامين هما:

١ - نظام تسجيل العلامات الفارقة لعام ١٣٥٨هـ.[٣]

٢ - نظام العلامات التجارية السعودي لعام ١٤٠٤هـ.[٤]

وهناك مشروع لنظام علامات سعودي جديد لا يزال قيد الدراسة من قبل الجهات المختصة.[٥]

---

(1) إسماعيل، محمد حسن. رعايا القانون العربي بشأن العلامات التجارية لعام ١٩٧٥. ملحق مجلة نقابة المحامين، عدد ١٣، سنة ١٩٨٢، ص ١١١.

(2) المرجع السابق، ص ١١٢.

(3) الصادر بالأمر الملكي رقم ٨٧٦٢ وتاريخ ١٣٥٨/٧/٨هـ.

(4) الصادر بالمرسوم الملكي رقم ٥ وتاريخ ٤ / ٥ / ١٤٠٤هـ.

(5) أعدته وزارة التجارة وهي طي الدراسة ولم يصدر وقت إعداد البحث.

الفصل الثاني

تسجيل العلامة التجارية وشطبها في النظام السعودي

- المبحث الأول : إجراءات التسجيل.
- المبحث الثاني : الآثار التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية.
- المبحث الثالث : شطب العلامة التجارية.

المبحث الأول

إجـــراءات التسجيـــــل

الهدف والغاية من التسجيل:

العلامة التجارية قبل التسجيل ليس لها إلا وجود واقعي يتمثل في استعمالها، فإن أريد لهذا الوجود أن يكتسب الصفة الرسمية وأن يعزز بالحماية المقررة في نظام العلامات التجارية، ومن ضمنها الحماية الجزائية، وجب عليه مراجعـة الجهـة المختصة بالتسجيل لتسجيل هذه العلامة(١). فإذا تم تسجيل العلامة أصـبح لهـا وجود قانوني يترتب عليه أثر قانوني من جهتين الأولى: أن الحق في العلامة يكون له حماية جنائية ، والثانية: أن ملكية العلامة تكون لصاحبها الذي سجلها.

وسيتناول البحث إجراءات التسجيل وما يتصل ا في المطالب السبعة التالية.

---

(١) الناهي ، صلاح الدين عبد اللطيف. الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق، ص٢٤٣.

المطلب الأول

سجل العلامات التجارية

لقد تم إنشاء سجل للعلامات التجارية بوزارة التجارة بالمملكة العربية السعودية يتولى شؤونه قسم العلامات التجارية بالوزارة، من أجل تحقيق الغايات التي يقصدها المنظم السعودي من هذا النظام، وهو ما نصت عليه المادة (٣) من نظام العلامات التجارية السعودي بقولها: "يعد سجل الإدارة المتخصصة بوزارة التجارة يسمى (سجل العلامات التجارية) تقيد فيه جميع العلامات المسجلة وإخطارات التنازل عن ملكيتها أو نقلها أو الترخيص باستعمالها، وكذلك تجديدها أو شطبها وكافة البيانات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية".

وبذلك يعتبر هذا السجل مرآة تعكس الحقيقة لجميع الإجراءات التي تتعلق بالعلامة التجارية، بحيث تدون فيه جميع العلامات التجارية وكل ما يتعلق بها من أمور.

وقد جاءت اللائحة التنفيذية[1] للعلامات التجارية موضحة ومبينة لكيفية استعمال سجل العلامات وطلبات التسجيل فيه، فالمادة (١٦) من اللائحة توجب تخصيص سجل العلامات التجارية يسمى "سجل العلامات التجارية" تقيد فيه البيانات التالية:

١- رقم تسجيل العلامة.

٢- تاريخ تسجيل العلامة.

---

(1) الصادرة بالقرار الوزاري رقم ٩٤ في ١٤٠٤/٨/٥هـ.

ويحق لأي شخص من الجمهور الاطلاع على هذا السجل وأخـذ صـورة مصدقة منه، وذلك بعد دفع الرسوم المستحقة التي حددها نظام العلامات التجارية السعودي[1].

---

(1) ورد في الفقرة (٥) من المادة (٤٧) فئات الرسوم المستحقة طبقاً للنظام.

المطلب الثاني

الأشخاص الذين يحق لهم التسجيل

تولت المادة (٤) من نظام العلامات التجارية السعودي بيان الأشخاص الذين لهم حق طلب تسجيل العلامة التجارية، ويتضح مما جاء في نص هذه المادة أن للفئات التالية الحق في تسجيل العلامات التجارية:

١- الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين المتمتعين بالجنسية السعودية.

٢- الأجانب الذين يقيمون في المملكة العربية السعودية عادة ومصرح لهم بمباشرة عمل من الأعمال التجارية، أو الأعمال الحرفية.

٣- الأجانب الذين ينتمون إلى دولة تعامل المملكة بالمثل.

٤- المصالح العامة، "وتشمل الأشخاص الاعتباريين العامين من غير الدولة كالهيئات والمؤسسات العامة، بالإضافة إلى الجهات الحكومية التي قد تقوم بإنتاج بعض السلع والمواد التي يتطلب الحال تمييزها عن غيرها"[١].

وعلى ذلك يمكن القول : إن النظام السعودي قد حصر حق طلب تسجيل علامة تجارية في فئة معينة، بحيث حدد الأشخاص أو الهيئات التي لها حق طلب التسجيل من حيث النوعية والجنسية، على ضوء ما وصفه من فئات.

كما أن الشخص أو الهيئة التي تطلب تسجيل العلامة لتمييز منتجاتها أو سلعها أو خدماتها يجب أن يكون له مقر في المملكة العربية السعودية وفقاً للمادة (٥) من نظام العلامات التجارية السعودي، التي نصت على "أن يقدم طلب

---

(١) عبد الرحيم ، ثروت. الملكية التجارية والصناعية. مرجع سابق، ص١٤٣.

تسجيل لكل علامة تتوافر فيها الشروط المنصوص عليها في المادة الأولى من هـذا النظام من صاحب الشأن، إذا كان له موطن في المملكة أو من وكيل رسمي لـه موطن في المملكة ، وذلك إلى الإدارة المتخصصة بوزارة التجارة".

المطلب الثالث

تقديم الطلب والتسجيل

إن تسجيل العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية يتم وفقاً للنصوص الواردة في نظام العلامات التجارية السعودي، وتحدد اللائحة التنفيذية لسجل العلامات التجارية أسلوب العمل المتبع بشأن تسجيل العلامات التجارية، فأسلوب تقديم الطلب وشروطه وقيده وفحصه يتم على النحو التالي:

أولاً: طلب التسجيل:

يقدم طلب تسجيل لكل علامة إلى مكتب العلامات التجارية في الإدارة المختصة بوزارة التجارة وفقاً للشروط والأوضاع التي تحددها اللائحة التنفيذية.[1] ولقد حددت اللائحة التنفيذية [2] البيانات التي يجب أن يشتمل عليها طلب التسجيل وهي على النحو التالي:

١- اسم الطالب، ولقبه، ومحل إقامته، وجنسيته، واسمه التجاري إن وجد، وإذا كان الطالب شركة وجب ذكر اسمها، وعنوانها، ومقرها الرئيسي، وغرضها.

٢- إذا كان الطلب مقدماً من وكيل وجب ذكر اسمه، ولقبه، وعنوانه.

٣- وصف العلامة المطلوب تسجيلها.

٤- بيان المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفئتها.

---

(1) ورد في المادة (٥) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

(2) ورد في المادة (٢) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

٥- مصدر المنتجات أو الخدمات.

٦- توقيع أو ختم الطالب أو وكيله، وإذا كان الطلب مقدماً من شركة أو مؤسسة وجب أن تكون الأوراق موقعه ممن له حق التوقيع نيابة عنها.

وتلزم المادة (٣) من اللائحة التنفيذية لصق صورة العلامة المطلوب تسجيلها في الفراغ المخصص لها بنموذج طلب التسجيل.

كما توجب المادة (٤) من اللائحة التنفيذية على طالب التسجيل تقديم سند سداد رسم التسجيل[1]، وعشر صور للعلامة على النموذج المعد لذلك، مطابقة لرسم العلامة المثبت في طلب التسجيل، بالإضافة إلى جميع المستندات والبيانات التي يطلبها مكتب العلامات التجارية، ومن ذلك التحقق من شخصية طالب التسجيل، وصفته، وأحقيته في الاستئثار باستعمال العلامة.

الفرع الأول : **شروط التسجيل**:

يشترط أن يقدم الطلب على النموذج المعد لذلك من مكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة، كما يشترط أن يكون مقدم الطلب صاحب الشأن أو من ينوب عنه بموجب وكالة رسمية، ويشترط كذلك أن يكون طلب التسجيل للعلامة التجارية قاصراً على تسجيل علامة من فئة واحدة، وتتعدد الطلبات بتعدد فئات المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها، وذلك لتنظيم إجراءات التسجيل وضبطها[2] وذلك وفقاً للمادة (١) من اللائحة التنفيذية.

---

(1) ورد الرسم في المادة (٤٧) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) تجيز المادة (٦) من النظام "أن يشتمل طلب التسجيل على فئة واحدة أو أكثر من فئات المنتجات أو الخدمات بالشروط والإجراءات والأوضاع التي تحددها اللائحة".

وبالإضافة إلى ذلك ، فإنه يجوز لمكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة أن يطلب من طالب التسجيل تقديم ترجمة باللغة العربية للعلامة المطلوب تسجيلها إذا اشتملت على لفظ أو أكثر مكتوب بلغة أجنبية مع بيان كيفية نطقه بالحروف العربية، وفقاً للمادة (٥) من اللائحة التنفيذية.

الفرع الثاني : **قيد طلب التسجيل**:

تقيد طلبات التسجيل في دفتر خاص بمكتب العلامات التجارية، يسمى "دفتر إيداع الطلبات" بأرقام مسلسلة حسب تواريخ إيداعها، وتتضمن بيانات ومعلومات تتعلق بالرقم المسلسل للطلب، واسم الطالب، ومحل إقامته، وتاريخ تقديم الطلب، وموضوع الطلب، مع نموذج للعلامة، ونوع الفئة للمنتج أو الخدمة، بالإضافة للملاحظات والبيانات الإضافية التي يرى المكتب إثباتها، وذلك وفقاً لما جاء في اللائحة التنفيذية.[١]

الفرع الثالث : **فحص طلب التسجيل وتدقيقه**:

على المسجل بمكتب العلامات التجارية عند استلامه طلباً لتسجيل علامة أن يفحص طلب التسجيل، وأن يقوم بالتحري والتفتيش في السجل، وذلك للتأكد من أن شروط العلامة مستوفاة من حيث أن العلامة مميزة، وغير مطابقة أو مشابهة لغيرها ، أي أنه يتوفر فيها شرط الجدة، وكذلك للتأكد من مشروعيتها بعدم مخالفتها للنظام أو الآداب العامة، وذلك وفقاً للمادة (٧) من اللائحة التنفيذية[٢] .

(1) ورد في المادة (٦) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

(2) نصت المادة على أن يقوم مكتب العلامات التجارية بفحص طلب التسجيل ومراجعته على السوابق.

المطلب الرابع

حقوق مكتب التسجيل وواجباته

بعد تقديم طلب التسجيل وقيده وفحصه وإجراء التحري والتفتيش اللازم على طلب التسجيل وسجل العلامات التجارية، فإن المسجل بمكتب تسجيل العلامات التجارية وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي ولائحته له سلطة في هيئة حقوق، وعليه التزامات وواجبات على النحو التالي:

إن لمكتب العلامات التجارية بواسطة المسجل أن يطلب من صاحب الشأن إدخال ما يراه من تعديلات على العلامة لتمييزها عن غيرها وتوضيحها بشكل يمنع الوقوع في اللبس بينها وبين علامة أخرى سابقة لها، وذلك وفقاً للمادة (١٠) من النظام.

وعلى ذلك فإنه يتضح أن الاتجاه التشريعي الذي اختاره المنظم السعودي بشأن سلطة الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية فيما يتعلق بالفحص، وما يترتب عليه من إجراءات مطابقة للأنظمة[1] التي تخول لإدارة التسجيل الحق في أن ترفض طلب الإيداع وخاصة إذا تبين لها أن العلامة تشتمل على شعارات أو علامات مخالفة للآداب العامة. وقد تجد الإدارة أن العلامة المطلوب تسجيلها مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق تسجيلها ، فيتوجب عليها عندئذ أن ترفض طلب

---

(1) انظر : عبد الرحيم، ثروت . الملكية التجارية والصناعية. القاهرة، مكتبة الحاسبة، ١٤٠٧هـ، ص١٤٣.

التسجيل الثاني، على أن يبقى لطالب التسجيل الثاني في هذه الحالة أن يقيم الدعوى على صاحب العلامة السابق لإثبات حقه في تسجيل العلامة "[1].

وإذا اشتملت العلامة على عناصر خالية من الصفة المميزة فإن لمكتب العلامات التجارية أن يطلب استبعاد هذه العناصر من العلامة أو استثنائها من الحماية وذلك وفقاً للمادة (٧) من اللائحة التنفيذية.

كما أن لمسجل العلامات التجارية أن يضع من الشروط وأن يدخل من التعديلات ما يراه مناسباً كي يتم تسجيل العلامة، بما يتفق وأحكام النظام، وأن يقوم بإخطار طالب التسجيل بخطاب مسجل برفض الطلب، ما لم يتم تنفيذه لهذه الشروط وإجراء التعديل المطلوب، وذلك وفقاً للمادة (١٢) من النظام. فإذا لم يقم طالب التسجيل بالاستجابة بتنفيذ ما طلبه المسجل بمكتب العلامات التجارية من شروط وتعديلات لقبول طلب التسجيل خلال تسعين يوماً من تاريخ إخطاره بضرورة تنفيذ ما طلبه المسجل، اعتبر طلبه مرفوضاً من تاريخ فوات الميعاد، وذلك وفقاً للمادة (١٣) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

ويجب على المسجل وقف طلبات التسجيل إذا كان المطلوب تسجيل ذات العلامة ، أو علامات متشابهة عن فئة واحدة من المنتجات أو الخدمات، وكانت هذه الطلبات مقدمة من شخصين أو أكثر، وتبقى هذه الطلبات موقوفة إلى أن يقدم أحد المتنازعين تنازلاً مصدقاً عليه نظاماً لصالح أحدهما، أو إلى أن يصدر

---

(1) نصيف ، إلياس. الموسوعة التجارية الشاملة. مرجع سابق، ص٢٤٤.

حكم ائي من جهة الاختصاص القضائية[1]، لمصلحة أحد المتنازعين بأحقيته في التسجيل، وذلك وفقاً للمادة (٨) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

ومما تجدر ملاحظته أنه يجب على طالب التسجيل في حالة رغبته التمتع بحق الأولوية، استناداً إلى طلب سابق مودع في دولة أخرى تعامل المملكة بالمثل أن يرفق إقراراً يبين تاريخ ورقم الطلب السابق، والدولة التي أودع فيها الطلب بالإضافة إلى صورة من ذلك الطلب مصدقة من السلطة المختصة في الدولة التي أودع فيها في مدة أقصاها ستة أشهر من تقديم الطلب للحصول على حق الأولوية وإلا سقط حقه في المطالبة ا، وفقاً للمادة التاسعة من النظام السعودي.

---

(1) جهة الاختصاص القضائي للبت في أحكام العلامة التجارية بالمملكة العربية السعودية هي ديوان المظالم.

المطلب الخامس

التظلم من قرارات المسجل

للمسجل بمكتب التسجيل الحق في الرفض[1]، أو تعليق القبول لتسجل علامة ما لم يتم تنفيذ شروط وتعديلات معينة، وعندئذ عليه إخطار طالب التسجيل بذلك مع إيضاح الأسباب، وذلك وفقاً للمادة (١٠) و (١٢) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

النظام وفقاً للمادة (١٤) وقد أعطى لطالب التسجيل فرصة للتساؤل والمناقشة عن رفض طلبه وتمكينه من التظلم "حق الطعن" من قرار المسجل برفض طلب التسجيل ، أو تعليق التسجيل على شروط معينة ، وذلك أمام لجنة[2] تشكل بقرار من وزير التجارة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغ طالب التسجيل بقرار المسجل[3].

فإذا أقرت اللجنة قرار المسجل بمكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة جاز لطالب التسجيل أن يتظلم من قرار اللجنة ويطعن فيه أمام وزير التجارة، وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه[4]، ويكون ذلك بخطاب مسجل، فإذا أيد الوزير قرار اللجنة فإنه بموجب المادة (١٩) من النظام يجوز لطالب التسجيل أن يتظلم من قرار الوزير أمام ديوان المظالم، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بخطاب مسجل[5].

---

(1) ورد في المادة (٨) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

(2) لجنة التظلمات والاعتراضات.

(3) ورد ذلك كذلك في المادة (٨) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي..

(4) المادة (١٤) من نظام العلامات التجارية ، و المادة (٩) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي..

(5) ورد في المادة (١٠) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي..

المطلب السادس

قبول تسجيل العلامة أو شهرها

متى ما صدر قرار المسجل بمكتب العلامات التجارية أو لجنة التظلم والاعتراض، أو وزير التجارة أو ديوان المظالم بقبول تسجيل العلامة، يتخذ قسم العلامات التجارية الإجراءات الخاصة بتسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية، بعد الإشعار عنها، وذلك وفقاً للمادة (٢٠) من النظام. وقد نصت المادة (١١) من اللائحة التنفيذية على أن يعد مكتب العلامات التجارية إعلاناً عن العلامة يشمل البيانات التالية:

١- اسم طالب التسجيل ومحل إقامته.

٢- وصف العلامة وصورها.

٣- المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة بشأنها وفئتها.

ويقوم طالب التسجيل بنشر الإعلان في الجريدة الرسمية بالمملكة، على نفقته خلال مدة أقصاها ثلاثة أشهر من استلامه الإشعار بقبول العلامة، وإلا اعتبر متنازلاً عن طلبه. ويجوز تجديد هذه المدة لمدة مماثلة إذا قدم الطالب طلباً بذلك قبل انتهاء المدة المذكورة ووافق عليها وكيل وزارة التجارة [1].

وكذلك فإنه يتعين على طالب التسجيل سداد رسم [2] تسجيل العلامة خلال ثلاثين يوما من تاريخ صدورا لقرار النهائي بقبول تسجيل العلامة أو صدور حكم في هذا الشأن من ديوان المظالم ،وإلا اعتبر طلبه كأن لم يكن.[3]

---

(1) المادة (١١) من اللائحة التنفيذية لنظم العلامات التجارية ، والقرار الوزاري رقم ١١٥٨ وتاريخ ١٤٠٧/٨/١١هـ.

(2) مقدار الرسم منصوص عليه في المادة (٤٧) من نظام العلامات التجارية.

(3) المادة (١٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

ويعتبر القرار ائياً بمضي تسعين يوماً على نشر الإعلان عـن العلامـة في الجريدة الرسمية[1] دون تقديم اعتراض، أو بمضي ثلاثين يوماً على صدور قرار لجنة التظلمات والاعتراضات دون تقديم اعتراض، أو بمضي ثلاثين يوماً من صـدور قرار لجنة التظلمات والاعتراضات لصالح طالب التسجيل، دون تقديم تظلم أمام ديوان المظالم.[٢]

فمتى انقضت مدة الطعن والاعتراض على إصدار شهادة التسجيل سـالفة الذكر، فإن العلامة تسجل بقرار من قبل المسجل، من تـاريخ تقـديم طلـب التسجيل.

ويعطى لمالك العلامة شهادة تسمى (شهادة تسجيل علامة تجارية) تـشتمل بالأخص على البيانات الموضحة في المادة (٢١) من النظام،[٣] وهي على النحـو الآتي :

١ – الرقم المتتابع لتسجيل العلامة.

٢ – تاريخ إيداع طلب التسجيل وتاريخ التسجيل وتاريخ الأولوية إن وجدت.

٣ – الاسم التجاري أو اسم مالك العلامة ومحل إقامته وجنسيته.

٤ – صورة للعلامة.

٥ – بيان بالمنتجات أو الخدمات التي سجلت عنها العلامة وبيان فئتها.

وحق لكل ذي مصلحة الاطلاع على سجل العلامات التجاريـة، وأخـذ البيانات والمعلومات المدونة، التي مه، وذلك وفقاً للمادة (٢٣) من النظام.

---

(1) أم القرى ، ويكون الإعلان على نفقة صاحب العلامة.

(2) المادة (١٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

(3) ورد في المادة (١٧) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي بعض التفصيل لتلك البيانات.

المطلب السابع

اعتراض الغير على قبول التسجيل

أجاز نظام العلامات التجارية السعودي لأي شخص ذي مصلحة أن يعترض لدى مسجل العلامات التجارية على تسجيل أي علامة تجارية خلال تسعين يوماً من تاريخ الإعلان عنها وإشهارها إذا كان ذلك التسجيل مخالفاً لأي من مواد النظام وأحكامه واللائحة التنفيذية، ويكون من شأنه المساس بمصلحة مادية أو أدبية للمعترض ، وذلك وفقاً للمادة (١٦) من النظام، والمادة (١٢) من اللائحة التنفيذية، ويكون ذلك بواسطة إشعار خطي يقدم إلى مسجل العلامات التجارية بمكتب العلامات التجارية، يعترض فيه على تسجيل العلامة، موضحاً الأسباب الموجبة لذلك.

ويقوم المسجل بمكتب العلامات التجارية بدوره بإرسال إشعار خطي مسجل بالاعتراض وأسبابه لصاحب الطلب الأصلي، وعندئذ يكون على صاحب الطلب "المعترض عليه" الرد كتابة على هذا الاعتراض، في مدة أقصاها ثلاثين يوماً من تاريخ إشعاره، وإلا اعتبر أنه قد تنازل عن طلبه ، وذلك وفق أحكام النظام[(١)] واللائحة التنفيذية. وعند وصول رد طالب التسجيل على الاعتراض، يقوم المكتب بإحالة أوراق الموضوع إلى لجنة التظلمات والاعتراضات[(٢)] التي يشكلها وزير التجارة بقرار منه[(٣)]، وتفصل في الاعتراضات على قبول تسجيل

(١) المادتان (١٦) و (١٧) من نظام العلامات التجارية ، والمادتان (١٢) و (١٣) من اللائحة التنفيذية للنظام.

(٢) المادة (١٤) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

(٣) المادة (١٤) من نظام العلامات التجارية.

العلامة التجارية وفقاً للمادة (١٨) من النظام ويكون لصاحب الشأن حق التظلم من القرار الصادر من لجنة التظلمات والاعتراضات أمام ديوان المظـالم، خـلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار، بإشعار خطي مسجل، وذلك وفقاً للمـادة (١٩) من النظام.

وبعد أن يصدر القرار بقبول تسجيل العلامة التجارية ائياً، أو يصدر حكم ذا الشأن من ديوان المظالم، يقوم مكتب العلامات التجارية بتسجيل العلامة وفق الأوضاع والإجراءات سالفة الذكر.

المبحث الثاني

الآثار التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية

المطلب الأول

الحق في التعديل والتجديد

الفرع الأول : **تعديل العلامات المسجلة** :

بعد تسجيل العلامة التجارية يجوز لمالك العلامة أن يتقدم في أي وقت شاء بطلب للمسجل بمكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة، لإدخال أي إضافة أو تعديل على علامته المسجلة بشرط أن لا يمس هذا التعديل ذات العلامة بـشكل جوهري، وذلك لأ ا قد تشبه علامة أخرى بعد التعديل الذي يجرى عليها.

بل يتبع في طلبات التعديل للعلامة المسجلة الشروط والإجـراءات الخاصـة بطلبات التسجيل الأصلية التي تسبق هذا، وذلك وفقاً للمادة (٢٢) من النظـام السعودي للعلامات التجارية.

الفرع الثاني : **مدة سريان التسجيل** :

إذا تم تسجيل العلامة التجارية استقرت ملكيتها لصاحبها إذا استعملها بصفة مستمرة لمدة سنتين من تاريخ التسجيل ما لم يصدر حكم بخلاف ذلك ، وفقـاً للمادة (٢٥) من النظام. ومدة سريان الحماية من تسجيل العلامة هـي عـشر

سنوات، وفقاً للمادة (٢٦) من النظام، ولا تبدأ المدة من تاريخ تسجيل العلامة أو الإعلان رسمياً عنها ، بل من تاريخ تقديم طلب تسجيل العلامة وفقاً للمادة (٢٤) من نظام العلامات التجارية.

الفرع الثالث : **تجديد التسجيل** :

إن لصاحب الحق في ملكية العلامة أن تستمر حقوقه المترتبة على تـسجيلها لمدد أخرى مماثلة للمدة الأصلية وهي عشر سنوات، وذلك وفقاً للمادة (٢٦) من النظام إذا قدم طلباً مرفقاً به شهادة التسجيل وما يفيد سداد الرسوم[١] المـستحقة نظاماً[٢].

والتجديد يكون خلال السنة الأخيرة من مدة حمايتها، إلى مكتب العلامات التجارية، بشرط عدم إضافة أي تغييرات على العلامة أو على قائمة المنتجات أو على الخدمات التي سجلت بشأ ا أصلا[٣]،وذلك وفقاً للمادتين (٢٧) من النظام و(١٩) من اللائحة التنفيذية ، فإذا تمت الموافقة من مكتب العلامات التجاريـة حصل التجديد دون أي فحص جديد، ويعطى طالب التجديد شـهادة بـذلك تحتوي على وصف العلامة، ورقم التسجيل، واسم المالك، ومحل إقامته، ويقـوم مالك العلامة بنشر إعلان في الجريدة الرسمية السعودية عن التجديد معد من قبـل مكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة[٤].

---

(١) الرسوم ورد ت في المادة (٤٧) الفقرة ب فإن عليه دفع مبلغ (ثلاث آلاف ريال عن إجراءات، منها تجديد تـسجيل علامة تجارية عن فئة واحدة أو فئة جماعية).

(٢) المادة (١٩) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

(٣) في حال عدم التقيد وإجراء تعديل وإضافة ، فإن العلامة تعتبر مسجلة من تاريخ التسجيل الأصلي فقط.

(٤) جريدة أم القرى.

ولابد أن يقوم المالك أو من يمثله بتزويد مكتب العلامات التجارية بـصورة من الإعلان ليتم التأشير بذلك في صحيفة سجل العلامات التجارية بمـا يفيـد التجديد ، وذلك وفقاً للمادة (٢٨) من النظام والمادة (٢٠) من اللائحة التنفيذية.

المطلب الثاني

الحق في ملكية العلامة

إذا تم التسجيل وفق الإجراءات المنصوص عليها في النظام السعودي للعلامات التجارية، فإنه يعطي مالك العلامة المسجلة حقوقاً تتعلق بالبضائع والمنتجات والخدمات التي سجلت العلامة لتمييزها، فهو يعتبر مالكاً للعلامة المسجلة دون سواه، وهذا الحق في الملكية يجعل لصاحبه استعمال العلامة التجارية وحده بشكل يمنع الغير من استعمالها، فقد نص النظام السعودي للعلامات التجارية على أنه " يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكها دون سواه ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة لمدة سنتين على الأقل من تاريخ تسجيلها إلا إذا صدر حكم بخلاف ذلك " وذلك وفقاً للمادة (٢٥) من نظام العلامات التجارية.

ويفهم من النص السابق أن ملكية العلامة التجارية تعتمد على استعمالها وليس على تسجيلها فقط[1]" فتسجيل شخص لعلامة تجارية كمالك لها يشكل وسيلة إثبات مبدئية لحقه في ملكيتها وفي استعمالها استعمالاً حصرياً"،[2] وبمرور مالا يقل عن سنتين على تاريخ التسجيل فإن التسجيل يصبح إثباتاً قطعياً، ويلاحظ أنه من خلال ما تقدم فإن حق من قام بتسجيل علامة ما في ملكيتها سيتأكد نهائياً بتوفير شرطين أساسيين :

---

(1) انظر : الخولي ، أكثم أمين. مرجع سابق. ص ٣٣٢. و القليوبي ، سميحة. مرجع سابق. ص ١٧٩. ويعاكس أصحاب هذا القول عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص ٣٨٨ . بقوله : "أن الاستعمال هو الذي يعطي الحق في ملكية".

(2) صرخوه ، يعقوب. مرجع سابق ، ص ١١٩.

١ – استعمال العلامة استعمالاً مستمراً خلال سنتين على الأقل من تسجيلها.

٢ – عدم رفع دعوى على من قام بتسجيل العلامة بالمنازعة في ملكيتها وصدور حكم بصحتها[١].

وعلى ذلك فإن ملكية العلامة لا تستقر بشكل تلقـائي بـل بتـسجيلها واستعمالها استعمالاً مستمراً لمدة سنتين من تاريخ التسجيل، فإذا رفعت دعـوى المنازعة على ملكيتها قبل انقضاء مدة السنتين،وقبلت الدعوى ، فلا تعطى ملكية العلامة لمن سجلها، وبرفع الدعوى يصدر حكم لمن ثبتـت أسـبقية اسـتعماله للعلامات التجارية لا لمسجلها.

والكلام عن الحق في ملكية العلامة يستوجب منا الوقوف علـى الأسـاس القانوني لحق اكتساب ملكية العلامة التجارية والكلام عن خصائصها من حيث كو ا ملكا أو حقا ، وسيتم تناول ذلك على النحو الآتي :

الفرع الأول : **الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية** :

تختلف التشريعات حول أساس اكتساب حق ملكيـة العلامـة التجاريـة، ويرجع ذلك الخلاف إلى القواعد التي يضعها كل تشريع وتطبقها الجهة المختصة بالتسجيل عند تقديم الطلبات لتسجيل علامة ما[٢].

وتنقسم تشريعات الدول إلى ثلاثة أقسام على ضوء أهداف المـشرع الـتي يرغب في أن تحققها العلامة التجارية. ففي بعض التشريعات تكون ملكية العلامة التجارية لمن سبق في استعمالها أي أن التسجيل مقرر لملكيتها، وهذا النوع مـن التسجيل يعرف في النظام الفرنسي، وفي البعض الآخر ملكية العلامـة التجاريـة

---

(1) الشرقاوي ، محمود سمير. القانون التجاري. مرجع سابق، ص ٥٤٣.

(2) انظر : عباس ، محمد حسني. الملكية الصناعية والمحل التجاري. ص ٣٣٨ .

تكون لمن سبق في تسجيلها أي أن التسجيل منشئ لملكيتها، وهو ما يعرف بـه النظام الألماني، كما أن هناك تشريعات تأخذ بمبدأ وسط، فتذهب إلى أن تسجيل العلامة ومرور مدة زمنية معينة ينشئان كلاهما الحق في ملكية العلامة. وقد ذهب كثير من الشراح إلى أن هذا النوع يصف التسجيل بأنه المنـشئ المؤجـل لحـق الملكية، حيث يرون أن التسجيل مقرر في مبتدئه ثم يصبح منشئا في منتهاه بعـد مضي المدة المحددة، وهذا يعرف بالنظام الإنجليزي[1].

وسوف نستعرض الأساس القانوني لملكية العلامـة التجاريـة في النظـام السعودي للعلامات التجارية والنهج الذي انتهجه فيها وذلك لإيضاح الأسـاس القانوني لاكتساب حق ملكية العلامة حيث إنه اتبع نهجاً يعتمد مبـدأ أسـبقية الاستعمال أساساً لاكتساب حق ملكية العلامة[2]، ويقتصر أثر الإيداع على مجرد تقرير هذا الحق، ولكن متى انقضت مدة معينة على التسجيل، وكان الاسـتعمال علناً هادئاً، أي دون منازعة من الغير خلال هذه المدة، يصبح التسجيل منشئاً لحق ملكية العلامة بلا منازعته في هذا الحق.

ويقصد بذلك أن تسجيل العلامة يكون مقرراً للحق في تلـك العلامـة في مبتدئه، ثم يصبح منشئا لذلك الحق في منتهاه، أي تبقى أسبقية استعمال العلامـة هي أساس إنشاء الحق في ملكية تلك العلامة، بينما يكون تسجيل العلامة مجـرد تقرير للحق فيها، وذلك محدد بمدة معينة، فإن مضت تلك المدة دون اعتراض أو

---

(١) انظر زين الدين ، صلاح . الملكية الصناعية والتجارية . مرجع سابق ، ص ص ٣١٢ – ٣١٤.

(٢) هذا مقتضى المادة (٢/ ١٢) من نظام العلامات التجارية

منازعة في التسجيل يصبح هذا الأخير منشئا للحق في العلامة.[1] هذا النوع من التسجيل شبيه بالنظام الإنجليزي.[2]

هذا لو أننا التزمنا تصنيف النظام السعودي وتكييفه وفق واحد من أنواع التسجيل الثلاثة ، أو المدارس الثلاث سالفة الذكر ، ولكننا نرى أن التكييف المذكور آنفاً لا يخلو من العيوب، فالقول بأن التسجيل مقرر للحق في الملكية في مبدئه ثم يصبح منشئا لذلك الحق بعد وقت معين قول لا يتفق مع المبادئ العامة للقانون، فالتسجيل إما أن يكون منشئا للحق أو مقرراً له، ولا وسط بين ذلك.[3]

وعلى ذلك فإن القول بأن التسجيل مقرر للحق ابتداء ثم منشئ له بعد حين قول فيه مغالطة، ويمكن تجنبه بالقول إن التسجيل مجرد قرينة على نشوء الحق لصاحبه، وهذه القرينة قابلة لإثبات العكس خلال مدة محدودة، تصبح بعد انقضاء تلك المدة قرينة قاطعة غير قابلة لإثبات العكس.[4]

موقف النظام السعودي للعلامات التجارية :

أخذ النظام موقفا قريبا من النظام الإنكليزي إذ إنه اعتنق مبدأ اكتساب ملكية العلامة على أساس أسبقية استعمالها بصورة رئيسية، ولكنه اعتبر أنه إذا لم

([1]) المرجع السابق، ص ٣١٤، وعبد الرحيم، ثروت ، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية ، مرجع سابق، ص ١٥٠.

([2]) ومن الدول التي تأخذ ا سوريا ومصر على صعيد الدول العربية، وأمريكا وإيطاليا واليابان وأسبانيا على صعيد الدول غير العربية.

([3]) يمكن إيضاح ذلك بالقول : إنه إذا ما قلنا إن التسجيل مقرر للحق، فإن ذلك يعني أن القانون اعترف ذا الحق من تاريخ استعمال العلامة كواقعة مادية، فكيف يمكن بعد ذلك أن يسلب القانون هذا الحق بنفس الواقعة المادية المقررة له ويقصره على تاريخ الإتيان بالفعل المادي.

([4]) انظر : المرجع السابق، ص ٣١٥.

تثير العلامة المسجلة اعتراضاً معترفاً بصوابه في مدة السنتين التي تلت التسجيل، فلا يمكن بعد ذلك الاعتراض على حق المسجل الأول بشأن ملكية هذه العلامة من جراء أسبقية استعمالها، ما لم يثبت بواسطة سندات مكتوبة أن المسجل لم يكن جاهلاً عند إجراء التسجيل أن العلامة كانت تخص الشخص الآخر، الذي استعملها أولاً.(١)

ويشترط في الاستعمال المكسب للملكية، أن يكون علنياً ظاهراً، كأن توضع العلامة مثلاً على المنتجات المعروضة للبيع، أو تذكر في الإعلانات والفواتير والكتلوجات ، ويشترط أيضاً أن يكون الاستعمال واضحاً خالياً من اللبس مؤكداً قصد إحراز العلامة وتملكها، كما يشترط أن يكون مستمراً، لأن الاستعمال المتقطع أو العرضي للعلامة لا يترتب عليه حق يمكن الاحتجاج به ضد منافس قام باستعمال مستمر لها.(٢)

وهكذا فلا ينشئ التسجيل ذاته الحق في ملكية العلامة بل يعتبر قرينة قوية على التملك لمصلحة من قام بالتسجيل.(٣) والتسجيل الذي يستقر به حق الملكية لا يعتبر تسجيلاً تاماً إلا إذا استخدمت العلامة فعلاً لمدة سنتين من تاريخ التسجيل دون تقديم اعتراض من الغير خلال السنتين الأوليين لتاريخ التسجيل ودون حكم قطعي من ديوان المظالم.(٤)

---

(1) انظر : المادة (٢٥) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

(2) المرجع السابق، ص ٣٥١ ، وعبد الرحيم ، ثروت ،الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية ، مرجع سابق ، ص ص ١٥٠ – ١٥١.

(3) هذه القرينة يجوز نفيها بدليل خطي معاكس إذا قدمه المدعي يثبت أسبقيته في استعمال العلامة.

(4) الهدف من ذلك درء المنازعات في شأن العلامة واستقرار الحق في ملكيتها.

الفرع الثاني : الخصائص العامة لملكية العلامة :

الحق في العلامة التجارية يتميز بخصائص أهمها :

١ – ملكية العلامة حق نسبي :

حق مالك العلامة حق نسبي وليس حقاً مطلقاً ،والمراد بالحق النسبي أنـه لا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بحقه في الملكية إلا تجاه منافسين لـه يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع، وذلك لأن الهدف من العلامة هو تمييـز المنتجـات، وتفادي الخلط بينها وبين منتجات مماثلة مشا ة لها.[١]

و النسبية في الحق، ترتبط كذلك بالمكان أيضاً لأن الحـق بحمايـة ملكيـة العلامة يقتصر مبدئياً على حدود إقليم الدولة دون أن يتعداها إلى حـدود دول أخرى، باستثناء الأحكام المتعلقة بالاتفاقيات الدولية.

٢ – ملكية العلامة حق دائم :

تعتبر ملكية العلامة دائمة لأنه يمكن تجديد حق حمايتها باسـتمرار وصـفة ديمومة الحق التي هي معيار التفريق بين حق مالك العلامة، وحـق المختـرع أو المؤلف الذي ينقضي بعد فترة معينة من الزمن، مراعاة لمصلحة ا تمع.[٢] وتعتـبر ملكية العلامة مستقلة عن الإيداع مبدئياً، ومرتبطة بالاستعمال استعمالاً هادئـاً مستمراً منتظماً.

([1]) نصيف، إلياس. الموسوعة لتجارية الشاملة. مرجع سابق، ص ٢٥٠.

([2]) المرجع السابق ، ص ٢٥١.

وقد ذهب بعض الشراح إلى أن الحق في العلامة حق مؤقت وليس دائمـاً ، لأن القوانين عادة تحدد مدة الحق في العلامة بسنين معينة ، ولكن هذا الرأي يغفل حقيقة مهمة هي أن القوانين تجعل لصاحب العلامة الحق في طلب الاحتفاظ ا ، وذلك بطلب تجديدها دون انقطاع[1] ، ودون الالتفات إلى أن كثيراً من القوانين تجعل الاستعمال منشئاً فيها لا التسجيل.

---

(١) انظر مثلاً زين الدين ، صلاح . الملكية الصناعية والتجارية ، مرجع سابق، ص ص ٣٣٩ – ٣٤٠.

المطلب الثالث

الحق في التصرف بالعلامة
بنقل ملكيتها ورهنها والحجز عليها

العلامة التجارية تعتبر من الحقوق ، والحق في استعمالها نوع من الملكية يجعل لصاحبها حق استغلاله والاستئثار به ، ومن ثم التصرف فيه تـصرف المالـك في ملكه.

وقبل تناول أحكام التصرف في العلامة في النظام السعودي تجدر الإشارة إلى أن التشريعات في هذا قد اختلفت في ذلك ، فبعضها أجاز التصرف في العلامـة وحدها دون المتجر أو مشروع الاستغلال [1]، وبعضها منعت التصرف بالعلامة وحدها ، بل جعلت التصرف في العلامة مرتبطاً بالمتجر أو المشروع ، فهي جزء منه ، والتصرف فيها لا يكون استغلالا ، بل جزءاً من التصرف فيه[2] ، وبعـض التشريعات سلكت مسلكا وسطاً بين هذين التشريعين ، فأجازت التـصرف في العلامة مستقلة عن التصرف في المتجر أو المشروع[3]. والنظام الـسعودي مـن حيث العموم أخذت ذا المسلك الوسط.

فقد أجاز النظام السعودي للعلامات التجارية[4] أن تنتقل ملكيـة العلامـة التجارية للآخرين و بأي تصرف ناقل للملكية، وشرط لذلك أمران:

---

(١) كالتشريع الفرنسي ، انظر: زين الدين . صلاح ، مرجع سابق ، ص ٣٥٦.

(٢)كالتشريع المصري ،انظر: المرجع السابق.

(٣) كالتشريع الإنجليزي والإيطالي ،انظر: المرجع السابق ، ص ٣٥٧.

(٤) المادة (٣٣) من نظام العلامات السعودية.

أولاً : أن يكون ذلك التصرف مكتوباً.

ثانياً : ألا يحدث التصرف لبساً يؤدي إلى خداع الجمهور وتضليله بشأن مصدر المنتجات.

وكذلك أجاز لمن ظلت العلامة في ملكيته الاستمرار في استعمال هذه العلامة على المنتجات والخدمات التي سجلت من أجلها ما لم يتفق على غير ذلك.[1] وذلك يكون في حال ما إذا انتقلت ملكية المحل التجاري أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته دون أن تنتقل معه ملكية العلامة التجارية ذاتها. وبذلك جاء التصرف في العلامة التجارية في النظام السعودي مستقلاً عن المحل التجاري أو المشروع الاستغلالي الذي تستخدم العلامة له.

وهكذا فإن النظام السعودي لم يربط بين التصرف في العلامة وبين المحل التجاري أو المشروع عند نقل الملكية ، بل نظر إلى أن كلاً منهما مستقل عن الآخر. وفي حال الرهن فإن النظام السعودي أجاز رهن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال أو الحجز عليهما دون العلامة التجارية. وهذا يتفق مع منهج النظام السعودي ، ولكنه لم يجز الرهن أو حجز عليها دون المحل التجاري أو المشروع بل لابد أن يشمل رهن العلامة أو الحجز عليها المحل التجاري أو المشروع [2]. ولم يبين النظام الحكمة من ذلك. والنظام السعودي يجيز بيع العلامة دون المتجر أو المشروع، والرهن تصرف من التصرفات ، إذ هو المال يجعل وثيقة بالدين ليستوفى منه الدائن أو صاحب الحق إذا تعذر وفاؤه من المدين ،والعلامة التجارية مال

(١) ورد في المادة (٣٤) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

(٢) ورد في المادة (٣٥) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

متقوم ، فكان الأولى بالنظام السعودي أن لا يفرق بين التصرف في البيع والتصرف بالرهن، لأن ما صح بيعه صح رهنه، فإن المقصود الاستياق للدين ، وهذا يحصل برهن ما يمكن بيعه[١].

ويجوز لصاحب العلامة الذي باع محله التجاري أو مشروعه واحتفظ بحقه في علامته أن يستمر في إنتاج نفس المنتجات التي كان ينتجها محله التجاري المبيع وأن يستخدم تلك العلامة في تمييز تلك المنتجات ما لم يتفق على غير ذلك[٢].

ويقوم المكتب بالتأشير في السجل بانتقال ملكية العلامة مع ذكر اسم المالك الجديد، وعنوانه، وسبب انتقال الملكية وتاريخ التأشير ا في السجل.[٣]

ويأخذ الرهن نفس أحكام النقل حيث يتم التأشير في السجل برهن العلامة طبقاً لذات الإجراءات والأوضاع الخاصة بانتقال ملكيتها ويشمل إشهار الرهن[٤] إعلان ذلك رسمياً.

ولا يكون النقل أو الرهن أو الحجز على ملكية العلامة التجارية معتبراً بالنسبة للآخرين [5]إلا في حال أن يتم شهره والتأشير بالسجل[٦] على النحو الآتي.

---

(١) ابن صوبان ، إبراهيم بن محمد بن سالم ، منار السبيل في شرح الدليل ، المكتب الإسلامي ، بيروت ، ١٤٠٩ ، ط٢، ج١ ، ص ٣٥٢.

(٢) ورد في المادة (٣٤) من النظام السعودي للعلامات التجارية.

(٣) ورد في المادة (٢٤) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

(٤) ورد في المادة (٢٥) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

(5) ورد في المادة (٣٦) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(٦) ورد في المادة (٢١) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

أولاً : التأشير بالسجل من قبل مكتب تسجيل العلامات التجارية على النحو الآتي :

يقوم مكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة بالتأشير[١] في السجل بانتقال ملكية العلامة بناء على طلب يقدم ممن انتقلت إليه الملكية أو من وكيله مرفقاً به المستندات الدالة على انتقال ملكية العلامة، ومبيناً به البيانات الآتية :

١ – رقم تسجيل العلامة.

٢ – اسم ولقب كل من الطالب وناقل الملكية واسمه التجاري إن وجد.

٣ - محل إقامة الطالب وجنسيته.

٤ – تاريخ انتقال الملكية والواقعة التي تم بمقتضاها نقل الملكية.

٥ – إذا كان الطلب مقدماً بواسطة وكيل فيذكر اسمه ولقبه وعنوانه.

ثانياً : الإعلان أو الإشهار :

يقوم مكتب العلامات التجارية بإعداد إعلانٍ بنقل ملكية العلامة يتـضمن البيانات الآتية :

١ – رقم وتاريخ تسجيل العلامة.

٢ – اسم مالك العلامة السابق.

٣ – اسم من انتقلت إليه الملكية وجنسيته وعنوانه.

ويقوم الطالب بنشر الإعلان المذكور في الجريدة الرسمية على نفقته، على أن يخطر المكتب بعدد الجريدة الرسمية التي تم فيها النشر.[٢]

---

(1) ورد في المادة (٢٢) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

(2) ورد في المادة (٢٣) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

المبحث الثالث

شطب العلامة التجارية

المطلب الأول

شطب العلامة قضائياً

للقاضي بديوان المظالم الحق في إ اء العلامة التجارية بشطبها بقرار منه بناء على صلاحيته إذا طلب منه ذلك من قبل مكتب العلامات التجارية أو من كل ذي مصلحة فيما إذا تبين له أن تلك العلامة سجلت وفقاً للأحوال الآتية[١]:

أولاً : إذا لم يقم مالكها باستعمالها بصفة جدية مدة خمس سنوات متتالية إلا إذا قدم عذراً مسوغاً لذلك.

ثانياً : إذا تم تسجيل العلامة بالمخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.

ثالثاً : إذا تم تسجيلها بناء على غش أو بيانات كاذبة.

وأن النظام السعودي للعلامات قد حدد الأصول والشروط التي لا بد من توافرها في العلامة المطلوب تسجيلها، وإذا ما سجلت علامة ما خلافاً لتلك الأصول والشروط فإنه يحق لكل صاحب مصلحة أن يقدم إلى ديوان المظالم (جهة الاختصاص للنظر في قضايا العلامات التجارية) طلبا من أجل إ اء العلامة بشطبها. ويكون أثر الشطب من تاريخ صدور حكم ديوان المظالم.[٢]

([1]) ورد في المادة (٢٩) من نظام العلامات التجارية السعودي.

([2]) ورد في المادة (٣٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

المطلب الثاني

شطب العلامة إدارياً

لموظفي مكتب العلامات بوزارة التجارة المخولين شطب تسجيل علامة ما بقوة النظام في الحالتين الآتيتين :

١ – العلامات التي لم يتم تجديد تسجيلها طبقاً للنظام ولائحته التنفيذية.

٢ – العلامات التي يمتلكها أشخاص أجانب طبيعيون أو معنويون صدر قرار من السلطة المختصة بحظر التعامل معهم.[١]

ويتضح أن النظام السعودي لنظام العلامات التجارية قد أعطى المسجل بمكتب العلامات التجارية صلاحية شطب العلامة من السجل متى توفرت شروط الشطب الواردة في النظام[٢] ولذلك ويقوم المسجل "بالتأشير في السجل بما يفيد الشطب ويعلن ذلك في الجريدة الرسمية على أن يتضمن الإعلان الآتي"[٣]:

١ – وصف العلامة.

٢ – رقم تسجيلها.

٣ – اسم مالك العلامة.

٤ – سبب الشطب.

(1) ورد في المادة (٣٠) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(٢) ورد في المادتين (٢٩) و (٣٠) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(٣) ورد في المادة (٣٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

كما أن مكتب تسجيل العلامات بوزارة التجارة يتكفل بشطب الرهن بناء على طلب من مالك العلامة مصحوباً بالمستندات الدالة على فك الرهن والإشهار بالجريدة الرسمية للإعلان الذي يعد من قبل مكتب العلامات التجارية.[١]

ويكون أثر الشطب من تاريخ انتهاء مدة الحماية، أو من تاريخ صدور قرار الحظر ، أو من تاريخ صدور حكم ديوان المظالم.[٢]

([1]) ورد في المادة (٢٦) من اللائحة التنفيذية بالنظام السعودي للعلامات التجارية.

([2]) ورد في المادة (٣٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

المطلب الثالث

الآثار المترتبة على شطب العلامة التجارية

لا شك أن لمالك العلامة حق استعمالها وحده دون غيره، وأن النظام السعودي قد تدخل لحماية ذلك الحق جزائياً ضمن شروط وأوضاع معينة، إذ علق تلك الحماية على شرط رئيس هو أن تكون العلامة مسجلة، ولا ينتج التسجيل أثره في الحماية إلا إذ تم وفقاً للأصول المقررة في نظام العلامات السعودي ولائحته التنفيذية.

ولذلك فإن أهم أثر لتسجيل العلامة هو حماية تلك العلامة حماية جزائية ضد الاعتداءات التي يمكن أن تقع عليها.

وعليه فإنه إذا ما تم شطب أو إلغاء العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية لأي سبب من الأسباب التي تقدم بيانها، فإن الأثر الذي يترتب على ذلك هو فقدان تلك العلامة لأهم حماية قانونية تتمتع بها، وهي الحماية الجزائية (الجنائية) فضلاً عن انتهاء حق الاستئثار بها.

وتجدر الإشارة أنه لا يجوز بعد الشطب "تسجيلها لصالح آخرين على نفس المنتجات أو الخدمات أو على منتجات وخدمات مشابهة إلا بعد ثلاث سنوات من تاريخ الشطب.[1]

(1) ورد في المادة (٣١) من نظام العلامات التجارية السعودي.

الفصل الثالث

حماية الحق في اكتساب ملكية العلامة التجارية من الناحية الجنائية

- المبحث الأول : التأصيل الشرعي لجـرائم الاعتـداء علـى العلامات التجارية في الفقه الإسلامي.
- المبحث الثاني : الحماية المقررة في النظام السعودي للعلامـات التجارية.

تمهيد:

إن الأهمية التي أوجدها العلامة التجارية لحماية الأنشطة الاقتصادية بشكل عام والأنشطة التجارية في القطاع التجاري بوجه الخصوص أدت إلى ازدياد صور الاعتداء عليها مما دفع المملكة إلى سن مواد في نظامها القانوني الخاص بالعلامات التجارية تجرم الاعتداء على هذه العلامات، وتعاقب على تزويرها أو تقليدها، الأمر الذي يستوجب الوقوف على حماية العلامة التجارية من منظورين : الأول : لبحث التكييف الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية بكامل صورها، والثاني : للوقوف على ما قام به المنظم السعودي من الحماية الجنائية للعلامة التجارية بنظامه الساري للعلامات التجارية التي بينت الأفعال التي تشكل تعدياً على ملكية العلامة التجارية المسجلة، وفرضت عقاباً على مرتكبها،وهو الأمر الذي زاد من تحصين حق ملكية العلامة التجارية ضد اعتداءات الغير التي تأخذ أشكالاً وصوراً متعددة سيتم استعراضها بالتفصيل في هذا الفصل.

المبحث الأول

التأصيل الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية في الفقه الإسلامي

المطلب الأول

التكييف الشرعي لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية في الفقه الإسلامي

جرائم الاعتداء على العلامات التجارية سـواء بتزويرهـا أو تقليـدها أو استعمال المزور والمقلد لها أو وضع علامات على منتج للغير، أو بيع سلع تحمـل علامة معتدى عليها هو اعتداء غير مشروع يأتي بالضرر على من ارتكِب بحقـه هذا الاعتداء، ولكن هذا الاعتداء يجب أن يكون له تكييف في الشرع؛ فلا يمكن القول إنه غصب للعلامة لانتفاء شرط الأخذ بالقوة، وليس هو بالسرقة لانتفـاء عدة شروط يأتي أبرزها عدم الأخذ من حرز.

وهذا الأمر "التكييف الشرعي لجرائم العلامات التجارية" لم يتم التطرق إليه من قبل، وهو مما يدخل في فقه النوازل والمستحدثات من تعاملات البشر، لـذا يرى الباحث أن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية بصورها المذكورة آنفا هي من باب الغش والخداع والتدليس، استناداً على أن جميع صور الاعتداء على العلامات التجارية يراد ا "**إيهام الغير أن ما ليس بصحيح صـحيحاً**"، وهـذا الأمر تحرمه الشريعة وتعاقب عليه عقوبة تعزيرية.

المطلب الثاني

حكم جرائم الاعتداء على العلامات التجارية في المنظور الشرعي

سبق القول إن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية بكافـة صـورها في ا ال التجاري هي من صور الغش والتدليس والخداع ، والتشريع الإسلامي قـد وقف من الغش والخداع والتدليس التجاري موقفاً واضحاً وذلك بتجريمه في كل من الكتاب والسنة وبإجماع العلماء كما يأتي :

الفرع الأول : **القرآن الكريم** :

حرمة أكل أموال الناس بالباطل، والسطو على حقوقهم، وحرمـة الغـش والتدليس والخداع والاعتداء على العلامات التجارية يكون إما من باب أكل مال الناس بالباطل والسطو على حقوقهم، وإما أن يكون من باب الغش والتـدليس والخداع، وهذان الأمران قد تناولتهما النصوص القرآنية ،ومن ذلك :

١- قال تعالى : "يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطـل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم".(١)

فالآية الكريمة ـت عن أكل أموال الناس بالباطل، ومن صور ذلك التحايل والغش والخداع لأكل أموالهم، أو اخذ حقوقهم ماديـة كانـت أو معنويـة أو التدليس عليهم وتضليلهم، والنهي الوارد في الآية الكريمة يقتضي التحريم .

٢- قال تعالى : وأقيموا الوزن بالقسط ولا تخسروا الميزان"(٢)

---

(1) سورة النساء : آية : ٢٩.

(2) سورة الرحمن : آية : ٩.

ففي الآية الكريمة أمر الله بإقامة الوزن بالعدل و ي عن التلاعب بالموازين بالغش والخداع، وأمر بالعدل ي عن ضده، والنهي عن التلاعب بالغش والخداع يقتضي التحريم، والأمر بالعدل والنهي عن الغش والخداع والتلاعب لا يقتـصر على الموازين ، بل يشمل غيرها من الأمور، ومن ذلـك الغـش والتـدليس في العلامات التجارية.

الفرع الثاني : السنة النبوية

تضمنت السنة النبوية أحاديث عديدة تنهى عن الغش والخـداع بكافـة صوره، ومن ذلك :

١- ما رواه أبو هريرة -رضي الله عنه - أن النبي صلى الله عليه وسلم مر علـى رجل يبيع طعاما فأدخل يده فيه فنالت أصابعه بللا، فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله فقال صلى الله عليه وسـلم أفـلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس، ثم قال : "من غشنا فليس منا".[١]

فالنبي صلى الله عليه وسلم في هذا الحديث وصف الشخص الذي يقوم بمثل هذه الأفعال بأنه ليس منا، أي ليس على مثل هدانا وطريقتنا، لمخالفته إيـاهم في التزام ما يلزمه به الإسلام تجاه أخيه المسلم.من عدم الغـش، وتقليـد العلامـة التجارية أو تزويرها أو الاستيلاء عليها أو استعمالها بغير حق من الغش.[٢]

٢- ما رواه عقبة بن عامر رضي الله عنه، عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال:"المسلم أخو المسلم لا يحل لمسلم إذا باع من أخيه بيعاً فيه عيب إلا أن يبينه له".[٣]

---

(1) صحيح مسلم . مرجع سابق.

(2) وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية. الموسوعة الفقهية، الكويت ، ذات السلاسل، ٣١ / ٢١٩.

(3) ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد. السنن. القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، ١٩٧٣م، ص ٥٦.

٣- ما رواه واثلة بن الأثقع رضي الله عنه، أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : "لا يحل لأحد أن يبيع شيئا إلا بين ما فيه، ولا يحل لمن علم ذلك إلا بينه".

٤- ما روي عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال : "من باع عيبا لم يبينه لم يزل في مقت الله ولم تزل الملائكة تلعنه".

ففي هذه الأحاديث حرم الإسلام الغش وإخفاء عيوب المبيع، فلا يحل لامرئ مسلم أن يبيع سلعة من السلع، أو دارا أو عقارا، أو ذهبا أو أي شيء وهو يعلم أن فيه عيبا قل أو كثر حتى يبين ذلك لمبتاعه، ويوقفه عليه وقوفا يكون علمه به كعلمه، فإن لم يفعل ذلك فإنه يكون غاشا ولا يزال في مقت الله ولعنة ملائكته.[١]

ومقتضى ذلك تحريم صور الغش والخداع والتدليس والاستيلاء على حقوق الآخرين بدون وجه شرعي، وكما يسري هذا الحكم في أحكام البيع وغيره يسري كذلك على حق صاحب العلامة التجارية وعلى حق المستهلك حماية له من أن يضلل أو يغش .

الفرع الثالث : **الإجماع** :

أجمع فقهاء الأمة الإسلامية على تحريم الغش والخداع بكافة صوره، وحذروا من السقوط في براثنه لما يترتب عليه من أضرار ومخاطر تقع على الأفراد وتمس الحياة الاجتماعية والاقتصادية.[٢]

---

(1) المرجع السابق، ص ٥٦.

(2) أنظر : الشوكاني، محمد علي. نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار، دار الحديث، جـ٥ ، ط١، ١٤١٣هـ، ص ٢٥١.

المطلب الثالث

عقوبة جرائم الاعتداء على العلامات التجارية

تمهيد وتقسيم :

إن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية والخداع والتـدليس في الفقـه الإسلامي تصنف من قبيل الجرائم التعزيرية، والتعازير عقوبات غير مقدرة متروكة لولي الأمر أو من أنابه، له أن يخفف العقوبة كالنصح والإرشاد، وله أن يتـشدد فيها كالقتل، وذلك وفق الملابسات والظروف حسب عظم الجرم أو عدمه.

ولذا سوف يتم تناول هذا المطلب لبيان أنواع العقوبات التعزيرية الـتي أوردها الشريعة الإسلامية وتركت لولي الأمر أو القاضي المكلف بإصدار الأحكام في اختيار العقوبة الملائمة للجريمة وظروفها وأسبابها من خلال الآتي:

الفرع الأول : العقوبات البدنية.

الفرع الثاني : العقوبات المالية.

الفرع الأول : العقوبات البدنية :

وهي التي تمس جسد الإنسان كالقتل، والجلد، والحبس، وسوف نتنـاول هذه العقوبات على النحو الآتي :

أولاً : القتل :

الأصل أن الإسلام شرع عقوبة التعزير لتأديب الجاني وزجر غيره وحمايـة الجماعة من شر المجرم والجريمة، ومن ثم ينبغي ألاّ تكون هذه العقوبـة مهلكـة

للجاني فلا يجوز في التعزير قتل ولا قطع، هذا هو الأصل العام ، ولكن الكثير من الفقهاء أجازوا أن يصل التعزير إلى حد القتل استثناء إذا اقتضت المصلحة العامـة ذلك أو كان فساد المجرم لا يزول إلا بقتله، كقتل الجاسوس والداعي إلى البدعـة ومعتاد الجرائم الخطرة.[١]،[٢]

ثانياً: الجلد :

تعد من العقوبات الأساسية في الشريعة الإسلامية وهي مـن العقوبـات المقررة في جرائم الحدود، كزنا غير المحصن، و القذف، وشـرب الخمـر مـن العقوبات المقررة لجرائم التعزير بل هي المفضلة فيها خاصة في الجرائم الخطرة لمـا لها فيها الردع إضافة إلى أن تنفيذها لا يثقل كاهل الدولة، ولا يعطل المحكوم عليه عن العمل، ولا يعرض أهله وذويه للضياع والحرمان كما هو الحـال في عقوبـة الحبس.[٣]

ثالثاً : الحبس :

وهو تقييد حرية الشخص جزاء عن جرم اقترفه وينقسم الحبس في الفقـه الإسلامي إلى نوعين:

---

(1) ابن فرحون، إبراهيم بن علي. تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام. بيروت، دار الكتب العلمية، ط١، ١٣٠١هـ، ص ٢٠٥، ٢٠٦.

(2) مثال ذلك ما صدر بناء على قرار هيئة كبار العلماء رقم ١٣٨ وتاريخ ٢٠ / ٦ / ١٤٠٧هـ بإيقاع عقوبـة القتـل تعزيراً في جريمة تهريب المخدرات.

(3) انظر : عودة، عبد القادر. التشريع الجنائي الإسلامي. بيروت، مؤسسة الرسـالة، جـ١، ط١١ ، ١٤١٢هـ ، ص ٦٨٩.

النوع الأول : الحبس محدد المدة : ويكون في الجرائم التعزيرية المعتادة.[١]

وهذا النوع من الحبس كان يتم في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في بيت أو في مسجد أو في غيرهما، حيث لم يكن هناك مكان معد لهذا الغرض، إلى أن جاء عمر بن الخطاب رضي الله عنه فاشترى[٢] داراً وجعلها مكانـا لحـبس الجناة.[٣]

النوع الثاني : الحبس غير محدد المدة :وهو على خلاف الحـبس المحـدد المـدة ويكون في الجرائم الكبيرة ويوقع على المجرمين الخطرين معتـادي الإجـرام الذين لا تردعهم العقوبات العادية، وهذا النوع من الحبس يظـل الجـاني محبوسا فيه إلى أن تظهر توبته و يصلح حاله، وتستأصل جذور الـشر مـن نفسه، فيطلق حينئذ سراحه وإلا بقى محبوساً حتى يموت.[٤] والنـوع الأول من الحبس (محدد المدة) جعله النظام من ضمن العقوبات الخاصة بالاعتـداء على العلامات التجارية كما سيرد بيانه في موضعه.

الفرع الثاني : العقوبات المالية :

وهي التي تقع في مال الجاني بقصد ردعه وزجره عما ارتكبه من محظورات شرعية وهذه العقوبات نوعان :

---

(1) المرجع السابق، ص٦٩٠.

(2) ابن قيم الجوزية، محمد . الطرق الحكمية في السياسة الشرعية. بيروت، دار الجيل، ط١ ، ١٤١٨هـ، ص ٢٠٣.

(3) في حاضرنا المعاصر فإن الحبس مسئولية الدولة تضع له مكاناً مناسباً ووقتاً وشروطاً معينة.

(4) ابن فرحون، إبراهيم بن علي. تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام. مرجع سابق، ص ٢٠٦.

أولاً : المصادرة والإتلاف :

تعرف المصادرة بأ ا : نقل ملكية أشياء أو أموال مملوكة للجاني أصـلا إلى الدولة، وإخراجها بذلك من ملك مالكها الأصلي إلى ملك الدولة عقاباً له علـى جريمة اقترفها.[1]

ويعرف الإتلاف بأنه إعدام الأشياء التي استخدمت في الجريمة.[2]

"واستدل الفقهاء على مشروعية هذه العقوبة بإباحة الرسول صلى الله عليه وسلم سلب الذي يصطاد في حرم المدينة لمن وجده، وأمره عليه الصلاة والسلام بكسر دنان الخمر وشق ظروفه، وما ثبت عن عمر بن الخطاب -رضي الله عنه- من إراقته اللبن المخلوط بالماء لما في ذلك من غش للمشتري، وعدم معرفته مقدار اللبن من الماء".[3] وهذه العقوبة من بين العقوبات التي جعلـها النظـام ضـمن العقوبات الخاصة بالاعتداء على العلامات التجارية التي تركت للقاضي أن يقررها في حال رأى ذلك.

ثانياً: الغرامة :

تعرف بأ ا دفع المحكوم عليه إلى خزينة الدولة المبلغ المعتمد في الحكـم [4] وقد عمل الرسول عليه السلام ا وقد سئل عن الثمر المعلق بقوله " من خرج منه فعليه غرامة مثلية والعقوبة".[5]

---

(1) العوا ، محمد سليم. أصول النظام الجنائي الإسلامي. مصر، دار المعارف، ص ٢٥٨.

(2) عودة، عبد القادر . التشريع الجنائي الإسلامي. مرجع سابق، ص ٧٠٥.

(3) ابن قيم الجوزية، عبد الله. الطرق الحكمية في السياسة الشرعية. مرجع سابق، ص ٢٤٠.

(4) عامر، عبد العزيز . التعزير في الشريعة الإسلامية. القاهرة، مكتبة مصطفى البابي ، ط ٣ ، ١٩٥٧م، ص ٤١٠ .

(5) العسقلاني، الحافظ ابن حجر . بلوغ المرام من أدلة الأحكام. القاهرة، دار البخاري، ط١ ، ١٤٠٩ هـ ، ص ٣٦٩.

فمن خرج بشيء من الثمر من مزرعة مالكه دون رضاه فإن عليه غرامة تساوي ضِعفَي ما خرج به بالإضافة إلى العقوبة والتي فسرت بالجلد، والغرامة ليس لها حد أعلى في الشريعة الإسلامية، إلا أن ذلك لا يمنع من تحديدها.(١) وهذه العقوبة قررها المنظم من ضمن العقوبات المنصوص عليها في نظام العلامات التجارية السعودي.

(١) عامر، عبد العزيز. التعزير في الشريعة الإسلامية. مرجع سابق، ص ٤١١.

المبحث الثاني

الحماية المقررة في النظام السعودي للعلامات التجارية

إن النظر في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية يستلزم منا الوقوف على شروط يجب توفرها قبل مباشرة قبول الدعوى المقامة لذلك، ويمكن إيجازها بالآتي:

أولاً: أن تكون العلامة التجارية مسجلة[١].

ثانياً: أن تكون الحماية على ذات الحق في العلامة[٢].

ثالثاً: أن يكون الاعتداء قد تم خلال مدة التسجيل للعلامة على ضوء الشروط النظامية[٣].

رابعاً: أن يكون الاعتداء على العلامة التجارية داخل الحدود الإقليمية للمملكة العربية السعودية[٤].

---

(1) أن يكون صاحب العلامة قد قام بجميع الإجراءات النظامية لتسجيلها بمكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة.

(2) أن تكون الحماية للحق في العلامة التجارية ذا ا ولا تتعدى إلى حماية فئة أو فئات مسجلة ا العلامة بغض النظر عن قيمة السلع والخدمات التي تستخدم في تمييزها عن غيرها (بمعنى أنه لا اعتبار لربح أو خسارة المعتدي على العلامة إنما ينظر إلى وقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة التجارية منه).

(3) المادة (٢٦) من نظام العلامات التجارية والتي نصت على أن : (تستمر حقوق صاحب الشأن المترتبة على تسجيل العلامة لمدة عشرة سنوات أخرى مماثلة إذا قدم طلباً بتجديد تسجيلها) وذلك بعد استعمالها بصفة مستمرة لمدة سنتين على الأقل من تاريخ تسجيلها.

(4) إن حماية العلامة التجارية في المملكة منصب على حدودها الإقليمية لا غير ذلك لكو ا لم تدخل ضمن المعاهدات والاتفاقيات الدولية الخاصة بالحماية للعلامات التجارية.

وعلى ضوء ما تقدم فإنه في حال توفر هذه الشروط فإن دعوى جريمة الاعتداء على علامة تجارية و الجرائم التي حددها النظام السعودي للعلامات التجارية تنقسم إلى قسمين:

الأول : جرائم يعاقب عليها بالحد الأعلى للعقوبة المقررة في نظام العلامات التجارية[1] وهو الحبس مدة لا تزيد على سنة، وبغرامة لا تزيد عن خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين وهذه الجرائم كالآتي:

(١) كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تسبب تضليل الجمهور، وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلدة.

(٢) كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة لغيره.

(٣) كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدماته في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك.

الثاني: جرائم يعاقب عليها بالحد الأدنى للعقوبات المقررة في نظام العلامات التجارية [2]وهي الحبس مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر، أو بغرامة لا تزيد على عشرين ألف ريال، أو بإحدى هاتين العقوبتين وهذه الجرائم كالآتي:

---

(1) ورد في المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودية.

(2) ورد في المادة (٥٠) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(١) كل من استعمل علامـة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليهـا في الفقرة (٢، ٣، ٤، ٥) من المادة الثانية[1] من نظام العلامات التجاريـة السعودي.

(٢) كل من دون بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بياناً يـؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها.

(1) المقصود بذلك "استعمال التعبيرات أو الإشارات أو الرسوم المخلة بالشعائر الدينية أو المخلة بالنظام والآداب العامة أو الشعارات العامة والإعلام والشارات والدمغات الرسمية للمملكة".

المطلب الأول

حماية العلامة التجارية من الناحية الموضوعية

الفرع الأول: صور الجرائم الخاصة بالاعتداء على العلامات التجارية.

أولاً: تزوير العلامة التجارية:

نستخلص أركان هذه الجريمة من نص المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي، إذ اشترط هذا النص لعقاب المقترف لجريمة تزويد العلامة توافر أركان الجريمة فيها وهي:

(١) الركن المادي:

إن جريمة تزوير العلامة ينتج عنها الاعتداء على الحق في العلامة وخداع المستهلك، ويشترط لاعتبارها جريمة توفر العنصر المادي، وهو وقوع واقعة التزوير على العلامة فعلاً، وقد اختلف فقهاء القانون في تحديد تعريف تزوير العلامة، فقد ذهب البعض إلى أنه "اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية"[١]، أي أن التزوير حسب رأيهم يتم بنقل العلامة نقلاً حرفياً وكاملاً بحيث تكون مطابقة للأصل من جميع الوجوه. وذهب البعض من أهل الفقه إلى أن تزوير العلامة يتمثل في "النقل المطابق أو نقل الجزء الرئيسي منها بحيث تكون بالكاد العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية"[٢]، أي أن التزوير حسب رأيهم يتم بالنقل المطابق

---

(1) طه، مصطفى كمال. الوجيز في القانون التجاري. مرجع سابق، ص٤٣٤. وانظر : محرز، أحمد محمد. القانون التجاري. مرجع سابق، ص٤٨٨.

(2) انظر : عباس، محمد حسني . الملكية الصناعية والمحل التجاري. مرجع سابق، ص٣٦٨.

للعلامة بحيث يكون المنقول مطابقاً مطابقة تامة للأصل، أو يكون بنقل الأجزاء الرئيسية من العلامة فتكون في ظاهرها العام مطابقة للعلامة الأصلية، وإن لم يكن التطابق تاماً من حيث الحقيقة، والرأي الأخير أرجح لأن تزوير العلامة قد يكون مطابقاً من حيث الحقيقة وقد لا يكون مطابقاً من حيث الحقيقة ولكنه مطابق في أجزاء رئيسية بحيث تتشابه العلامتان الأصلية والمقلدة. [١]

الركن المعنوي:

نصت المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي على أنه يعاقب (كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تتسبب في تضليل الجمهور..الخ)[٢] ومن ذلك يتضح أن النص خلا من أي عبارة أو مدلول لاشتراط القصد الجنائي "الركن المعنوي" في فعل جريمة التزوير في العلامة التجارية،وعلى ذلك يكون الاحتيال فيه مفترضاً ولا يجوز إثبات العكس، أو أنه لا يكون مفترضاً فيجوز إثبات العكس.

وقد اختلف فقهاء القانون في **هذا الصدد على وجوه ثلاثة وهي:**

أولاً: ذهب البعض إلى أن القصد الجنائي في جريمة تزوير العلامات التجارية مفترض ولا يجوز إثبات عكسه مستدلين في ذلك بأن "تزوير العلامة أو تقليدها معاقب عليه في حد ذاته استقلالاً عن سوء القصد"[٣].

(1) المرجع السابق، ص٢٦٨ ، ٣٦٩.

(2) ورد في الفقرة (١) من المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(3) طه، مصطفى كمال ، مرجع السابق، ص٩٢٥.

وهذا يتفق مع النص النظامي للمادة فلم تشترط القصد الجنائي في فعل مزور العلامة، ويستدل أصحاب هذا الاتجاه على أن الجرم لا يقـع إلا على العلامة المسجلة ومسؤولية صاحب العلامة معرفة جميع العلامات المسجلة وهي قرينة على علم صاحب العلامة ا[١].

ثانياً: وذهب آخرون إلى أن القصد الجنائي "الركن المعنوي" في جريمة تزوير العلامات التجارية مفترض، ولكن يجوز إثبات عكـسه مـستدلين في ذلك بأن الجريمة المتعمدة يجب توفر القصد الجنائي فيها، وإذا لم يتوفر لم يكن هنالك جريمة، و لأن للمتهم إثبات حسن نيته، فـإذا أثبـت حسن نيته فيحكم له بالبراءة، وذلك يشكل قاعدة أساسية في القانون الجنائي[٢].

ويرى أصحاب هذا الاتجاه "أن النسخ الكامل والتام للعلامة لا يعتبر دلـيلاً كافياً على القصد السيئ، بل يجب أن يسمح للمتهم بإثبات حسن نيته، إذ قـد يرجع التشابه لتوافر الخواطر أو رد الصدفة البحتة"[٣].

ثالثاً: ويرى آخرون أن نية الاحتيال (القصد الجنائي) في جريمة تزوير العلامة غير مفترضة، ولابد من إثبا ا مستدلين بأن تزوير العلامة التجارية يجب أن يعاقب عليه طبقاً لقواعد القانون العام التي لا تعاقب إلا إذا تـوفر القصد المعنوي (الجنائي) وأنه يجب إثبا ا لقيام الجريمـة، ولا يمكـن

(1) عباس، محمد حسني . مرجع سابق. ص٣٧٣.

(2) انظر : شفيق ، محسن . الوسيط في القانون التجاري. مرجع سابق، ص٢٥٦.

(3) المرجع السابق، ص٢٥٦.

افتراض هذا القصد بمجرد أن المنظم قد غفل عن اشتراطه[1] في نصوص المادة العقابية لذلك يحق للمتهم نفي التهمة عن نفسه لإثبات وجود نية الاحتيال.

ثانياً: جريمة تقليد العلامة:

تستخلص أركان هذه الجريمة من نص المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي أنه يعاقب إذ اشترط هذا النص - لعقاب مفترض جريمة تقليد العلامة - توافر أركان الجريمة فيها وهي:

الركن المادي:

ويشترط لاعتبار تقليد العلامة جريمة توفر العنصر المادي وهو وقوع واقعة التقليد "اتخاذ علامة مشابهة أو قريبة الشبه بالعلامة الأصلية بطريقة يؤدي هذا التشابه إلى تضليل الجمهور بسبب الوقوع في الخلط بين العلامتين"[2] "ولا يلزم أن تؤدي واقعة التقليد إلى الخلط بين العلامة الصحيحة والعلامة المقلدة بالفعل، بل يكفي مجرد احتمال وقوع ذلك.

ولا اعتبار للطريقة التي قد يقع بها التقليد"[3] وبذلك فإنه لا يشترط في التقليد "أن تكون العلامة المقلدة طبق الأصل للعلامة الأصلية، بل يعتبر التقليد

(1) أحمد ، محمد منصور . جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية. الرياض ، دار الرياض للطباعة والنشر، ١٩٨٥م، ص١٢٤.

(2) محرز ، أحمد محمد. مرجع سابق. ص٤٨٨.

(3) القليوبي ، سميحة. الوجيز في التشريع الصناعي. مرجع سابق. ص٣٢٢.

متوافراً متى ثبت وجود شبه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة من شأن ذلك الشبه أن يجر الجمهور إلى الخطأ في التمييز بين العلامتين"[١].

ولذلك فإنه "يكفي لتوقيع العقوبة وجود تشابه بين العناصر الجوهرية في العلامتين دون الفروق الثانوية بينها"، وكذلك فإنه "يكفي في تقرير التشابه بين العلامتين المظهر العام في مجموعة لكل منها لا في التفاصيل والجزئيات"[٢].

الركن المعنوي:

يعتبر الاعتداء بالتقليد على العلامة قائماً كركن عند توفر سوء النية بأن كان القصد منه هو الاعتداء على الحق في علامة ما أو تضليل المستهلك. "إذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر نية الاحتيال لدى الفاعل، فلا عقاب عليه إلا إذا تم بسوء نية"[٣].

ثالثاً: جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة:

نص المشرع في النظام السعودي للعلامات التجارية على هذه العقوبة حيث نص على أنه يعاقب (كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة لغيره)[٤]، والركن المادي والمعنوي لهذه الجريمة قد بينهما النظام كما ذكر آنفاً، إلا أنه من المستحسن إلقاء مزيد من الضوء عليهما.

---

(1) أحمد، محمد منصور . مرجع سابق. ص١٢١.

(2) انظر: محرز ، أحمد محمد. مرجع سابق، ص٢٨٩.

(3) الفكهاني ، حسن. الموسوعة الجنائية الأردنية. جـ ١ ، ١٩٧٩، ص٣١٤.

(4) ورد في الفقرة (٢) من المادة (٤٩) من النظام العلامات التجارية السعودي.

الركن المادي:

يكون هذا الركن قائماً في حال حصول الاستعمال للعلامة التجارية ويقصد بذلك الاستعمال المادي الذي يستفاد منه في تداول السلع والمنتجات ويؤدي إلى التضليل والمضاربة غير المشروعة، وتعتبر واقعة الاستعمال متوافرة بغض النظر عن حالة تداول السلع والمنتجات[1]،[2] أي أن القانون يعاقب على حالة الاسـتعمال نفسها التي تقوم بتضليل المستهلك فيقع في اللبس والخلط بين علامتين.

الركن المعنوي:

يجب توافر سوء القصد (نية الاحتيال) لدى المتهم حتى تقوم هـذه الجريمـة لكو ا جريمة عمدية، وقد نص على ذلك النظام[3]، فلابد أن يكون الاسـتعمال بقصد، ومن ثم فإن مجرد الاستعمال لا يعتبر قرينة على القصد السيء لدى المتهم، بل يجب إثبات ذلك ويكون للمتهم حق نفيه[4].

رابعاً: جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيـع أو للتداول أو حيازتا بقصد البيع :

(1) انظر: الأسمر ، صلاح سلمان. قانون العلامات التجارية الأردني. مرجع سابق، ص١٧٣.

(2) مثال ذلك : أن مجرد عرض بضائع أو منتجات على وكلاء لكي يمثلوا الشركة في بيع منتجا ا يعتبر استعمالاً لعلامـة مقلدة أو مزورة وكذلك لرقم طبع العلامة في الجرائد أو الإعلان عنها، وفي حالة الوكيل بالعمولة فيعتبر أنه مستعمل لعلامة مزورة أو مقلدة عند قيامه بتوزيع السلع والمنتجات وكذلك الحال عند طبع العلامة أو الإعلان عنها.

(3) ورد في الفقرة (٢) من المادة (٤٩) "كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل.... إلخ".

(4) الأسمر ، صلاح سلمان. مرجع سابق. ص١٧٤.

نصت المادة (٤٩) من النظام السعودي للعلامات التجارية على أنه يعاقب (كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدمات في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك)[1].

ومن النص يتضح أنه أورد في **ركني هذه الجريمة (الركن المادي والركن المعنوي) :**

الركن المادي:

يتحقق هذا الركن في أكثر من واقعة، "فقد يتخذ صورة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة" وقد يتخذ صورة عرض بيع أو تداول منتجات عليها علامة مزورة (ومقلدة) كعرض المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة في محل تجاري أو في مكان مفتوح للتعامل ومعد لتقديم المنتجات إلى الجمهور، وقد يأخذ صورة الحيازة بقصد البيع أي تلك التي يقصد ا الحيازة المادية للمنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة، أن تكون لغايات البيع والمتاجرة[2]، وأما الحيازة لغرض الاستعمال الشخصي مثلاً فلا تكون جريمة، بل هي على الأصل وهو الإباحة.

الركن المعنوي:

جاء في الفقرة (٣) من المادة (٤٩) ما يشير إلى الركن المعنوي كما في قوله (بغير وجه حق مع علمه بذلك)، وبذلك يتضح جلياً أن القصد المعنوي "نية

(1) ورد في الفقرة (٣) من المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) الأسمر ، صلاح سلمان. مرجع سابق. ص١٧٤.

ارتكاب الفعل" للمتهم تكون متوافرة في حال باع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة، ويعلم ذلك، واشتراط علمه بذلك يقتضي افتراض وجود القصد المعنوي، وهذا يستلزم إقامة الدليل عليه، وهذا لا يعني أنه لا يمكن للقاضي عند نظر القضية استخلاص القصد المعنوي "سوء نية المتهم" بل له ذلك، وللمتهم الحق في إثبات حسن النية[١].

خامساً: جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق "غصب العلامة" :

جاء في نص الفقرة (٢) من المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي أنه يعاقب "كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة لغيره". ومما تقدم فإن جريمة استعمال علامة مملوكة للغير تأخذ صورة التعدي بالاغتصاب على ملكية علامة للغير، أي الاستيلاء عليها واستعمالها دون وجه حق. وركنا هذه الجريمة كالآتي:

الركن المادي:

يمثل في واقعة وضع علامة الغير على المنتجات المماثلة للمنتجات التي تحمل العلامة الحقيقة وذلك لتسهيل تصريفها في السوق رغم رداءة المنتج، ولهذه الجريمة صور عديدة.[٢]

---

(1) انظر: زين الدين ، صلاح. مرجع سابق. ص٤١٦.

(2) مثال "وضع العلامة الأصلية على المنتجات أو البضائع أو استعمال أوعية أو عبوات فارغة تحمل العلامات الأصلية وتعبئتها بمنتجات تشبه المنتجات أو البضائع الأصلية، وكذلك بيع المنتجات والبضائع التي تحمل علامة بدون وجه حق أو عرض تلك المنتجات أو البضائع للبيع أو التداول أو حتى حيازتها متى كان الفاعل على علم بذلك" تم اقتباسه

والنظام السعودي قصد من العقاب على التعدي علـى العلامـة التجاريـة "تنظيم المنافسة وحصرها في حدودها المشروعة حماية للمصالح المختلفة للمشتغلين بالتجارة وبالإنتاج والجمهور المستهلك من كل تضليل فيما يعرض عليـه مـن منتجات وبضائع، كما يشترط في المنتجات التي توضع عليها العلامة أن تكون من نفس منتجات صاحب العلامة"[1].

الركن المعنوي:

هذه الجريمة من الجرائم العمدية ولذا نص النظام السعودي بوضوح على أ ا لا تقوم إلا أن ترتكب بقصد الغش والتضليل للمستهلك، فلا يكفي لقيام هـذه الجريمة إتيان الفاعل صورة من صور العنصر المادي بل لابد أن يكون لديه القصد السيئ ولابد من إثبات هذا القصد لديه، وله أن ينفي عن نفسه التهمة بإثبـات حسن نيته[2].

عن : الخولي، أكثم . مرجع سابق. ص٣٩٨. وعن : القليوبي، سميحة. التـشريعات الـصناعية. مرجـع سـابق، ص٢٨٧. وعن : عباس ، محمد حسني . مرجع سابق. ص٢٨٧.

(1) الأسمر ، صلاح سلمان. مرجع سابق. ص١٧٥، ١٧٦.

(2) انظر: زين الدين ، صلاح. مرجع سابق. ص٤١٩.

المطلب الثاني

حماية العلامة التجارية من الناحية الإجرائية

الفرع الأول : **الحماية الإجرائية الإدارية** :

أولاً : جهة الاختصاص بحماية العلامة التجارية :

إن حماية العلامة التجارية من الناحية الإدارية تعود إلى وزارة التجارة لكونها تقوم بتطبيق أحكام نظام العلامات التجارية، وتسجيل العلامات التي يتقدم أصحابها بطلب تسجيلها بعد التأكد من مطابقتها للشروط والمتطلبات الواردة في النظام [1] وبناء عليه فإن مكتب إدارة التسجيل في وزارة التجارة هو المعنى بالبت في طلبات التسجيل، وتكليف أصحاب الطلب أو وكلائهم بتقديم ما يراه لازما لقبول الطلب[2]، ووزارة التجارة مكلفة بموجب نظام العلامات التجارية السعودية بالآتي :

١ - الإجراءات الخاصة بالتحري وجمع الاستدلالات عن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية :

وفقاً للمادة (٦٠) من نظام العلامات التجارية السعودي، فإن وزير التجارة يحدد الجهة التي ترفع عن طريقها الدعوى الجزائية والجهة التي تتولى متابعة سير إجراءاتها وتمثيل الحق العام[3]. وفقاً للمادة (٦٢) منه ويكون للموظفين الذين

---

(1) سبق التعرض لمسائل تسجيل العلامات في الفصل الثاني.

(2) ورد في المادة (٧) من اللائحة التنفيذية من نظام العلامات التجارية السعودي

(3) ورد في المادة (٦٠) من نظام العلامات التجارية السوري.

يعنيهم وزير التجارة صفة **مأموري الضبط القضائي** فيما يتعلق بتطبيق أحكـام هذا النظام،[1] ويتضح مما تتقدم أن الاختصاص بضبط جـرائم الاعتـداء علـى العلامة التجارية بما في ذلك إجراءات التحري وجمع الاستدلالات يعهد لرجـال الضبط القضائي المعينين من وزير التجارة ولهم مطلـق الـصلاحية في البحـث والتحري لمحاولة منع جرائم اعتداء على العلامة التجارية في المملكة،[2] وضـبطها عند وقوعها.

ويكمن الدور الذي يقوم به الموظف "مأمور الضبط القضائي" في الكـشف عما ارتكب من اعتداء على علامة سواء اكتشف ذلك بنفسه أو بشكوى مـن شخص أو هيئة.

وعلى ضوء نتيجة بحثه وتحريه يقوم بجمع الاستدلالات على قيـام جريمـة الاعتداء على علامة تجارية ولإثبات وقوع الجريمة عليه إجراء المتابعة اللازمة على الوقائع التي اكتشافها.

٢ - الإجراءات الخاصة بالضبط والتفتيش في جريمة الاعتداء على علامة تجارية :

بعد التأكد من وجود مخالفة اعتداء على علامة تجارية ما فإن على مأموري الضبط القضائي التصرف لإثبات الحالة بمواجهة صاحب المحل مرتكـب جريمـة الاعتداء على العلامة أو من ينوب عنه، وإجراء التفتيش اللازم بعد ذلـك علـى البضائع أو المنتجات أو الخدمات موضع المخالفة لإثبات الواقعة وتحريـر محـضر

(1) انظر : المادة (٦٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) لا يشترط وجود دعوى اعتذار من شخص أو جهة لمباشرة الموظف عملية التحري وجمع الاستدلال.

بذلك، ويتم التوقيع عليه من مرتكب الاعتداء على العلامة، وفي حـال امتنـاع صاحب المحل أو من ينوب عنه عن التوقيع يثبت ذلك بالمحضر من قبل مـأموري الضبط القضائي الذين قاموا بالضبط.

ويجب أن يحتوي المحضر عند تحريره على تاريخ تحرير المحضر وساعته، واسم الموظف الذي قام بالضبط، واسم المخالف وصفته، واسم المحل التجاري، وعنوان ومقر الفرع الذي ضبطت فيه المخالفة، كما يلزم إثبات وقائع المخالفة في محـضر الضبط، وكذلك فإن لمأمور الضبط القضائي أن يأخذ أقوال من يكون حاضرا من الشهود الذين يمكن الاستفادة منهم في إثبات الواقعة، يجب أن يوقع على محـضر الضبط من قام بالإجراءات، ويكون التوقيع على كل صـفحة مـن صـفحات المحضر، وكذلك يجب أن يشمل المحضر توقيع الأشخاص الذين سـألهم المـأمور الذي قام بضبط المخالفة.

هذا ما نصت عليه المادة (٣) من اللائحة[1] التنفيذيـة لنظـام العلامـات التجارية حيث قد جاء فيها أنه "يكون لرجال الضبط التابعين لـلإدارة العامـة للجودة والنوعية وفروع وزارة التجارة صفة مأموري الضبط القضائي فيما يتعلق بتطبيق أحكام نظام العلامات التجارية، ولهم أخذ عينة من البـضاعة المقلـدة، وتحرير محضر بالواقعة موقعاً من التاجر والمفتش بذلك مع إجراء التحقيق".

(1) ورد في المادة المعدلة بموجب القرار الوزاري رقم ٥٥١ وتاريخ ١٤ / ٦ / ١٤٠٨هـ.

٣ - الإجراءات الخاصة بالتحقيق في جرائم الاعتـداء علـى العلامـات التجارية:

إن دور مأمور الضبط القضائي لا يقف عند ضبط الاعتداء على المخالفات الخاصة بالعلامات التجارية بل إنه يتعدى ذلك حيث إن له الحق في التحقيـق [١] مع من يتم ضبطه بموجب ما أعد من محضر ارتكاب المخالفة لنظـام العلامـات التجارية.

وهذا ما جاء فيما نصت عليه اللائحة التنفيذية فقد جاء فيهـا[٢] "فتـولي الإدارة العامة للجودة النوعية والرقابة بالرياض وفروع الوزارة ضـبط المخالفـة والتحقيق في هذه المخالفات".

ولذلك نصت اللائحة التنفيذية[٣] على أنه "يكون لرجال الضبط التـابعين للإدارة العامة للجودة النوعية... التحقيق المبدئي تمهيداً لاتخاذ الإجراء اللازم".

٤ - الإجراءات الخاصة بالادعاء العام في قـضايا مخالفـات وجـرائم الاعتداء على العلامات التجارية:

بعد استكمال إجراءات التحقيق وإثبات الوقائع فإن مأمور الضبط القضائي "مسئول القضية" يحيل الأوراق إلى الإدارة القانونية[٤] بـوزارة التجـارة أو في فروعها لكونها الجهة المختصة برفع الدعاوى الجزائية ومتابعة سير إجراءاتها وتمثل

---

(1) في ذلك مخالفة لقواعد الإجراءات الجنائية لكون مأمور الضبط القضائي يمارس سلطة التحقيق بالإضافة إلى السلطات الأخرى الخاصة بالحماية الإدارية.

(2) ورد في المادة (أ) من اللائحة التنفيذية المعدلة بالقرار الوزاري رقم ٥٥١ في ١٤ / ٦ / ١٤٠٨هـ.

(3) ورد في المادة (٣) من اللائحة المعدلة بالقرار الوزاري رقم ٥٥١ في ١٤ / ٦ / ١٤٠٨هـ.

(4) تقوم الإدارة في هذا السبيل بتعيين مدعي عام لمباشرة الدعاوى وتمثيل الحق العام فيها.

الحق العام أمام ديوان المظالم، وهذا ما جاء فيما نصت عليه المادة (٤) من اللائحة[1] التنفيذية للنظام السعودي للعلامات التجارية الصادرة في ١٤٠٤هـ التي تلغي المادة (٤٤) من اللائحة التنفيذية التي أوكلت متابعة سير إجراءات وتمثيل الحق العام في الدعاوى أمام ديوان المظالم إلى وزارة التجارة بشكل عام.

٥ - تنفيذ الإجراءات التحفظية :

إن لمالك العلامة في أي وقت ولو كان قبل رفع أي دعوى مدنية أو جنائية أن يستصدر بناء على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة على تسجيل العلامة أمراً من ديوان المظالم باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة وعلى الأخص الحجز على "الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب المخالفة والمنتجات المحلية أو المستوردة أو البضائع أو الأوراق مما يكون قد وضعت عليها العلامة موضوع المخالفة".[2] كما يجوز توقيع الحجز على الأشياء المشار إليها على أن يقدم طالب الحجز تأميناً يقدره القاضي بديوان المظالم لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء.

ويعني ذلك أن "تعزيز تقديم الكفالة ومقدارها متروك للقاضي، ذلك أن المطالب بالحجز قد يتعرض للمطالبة بالتعويض عما لحق الطرف الآخر من ضرر جراء الحجز التحفظي إذا أثبت بطلانه" [3] وللقاضي بديون المظالم بعد الأمر

---

(1) المعدلة بموجب القرار الوزاري رقم ٥٥١ في ١٤ / ٦ / ١٤٠٨هـ.

(2) ورد في المادة (٥٥) من نظام العلامة التجارية السعودية.

(3) صرخوه، يعقوب. مرجع سابق. ص ٢٣٣.

بالحجز التحفظي "ندب خبير أو أكثر لمعاونة الجهة التي تحددها اللائحة التنفيذية لتنفيذ إجراءات الحجز".[١]

ويجوز للمحجوز عليه أن ينازع في كفاية التأمين الذي قدمه الحاجز وله رفع دعوى ضد الحاجز طالبا التعويض عن إصابة بضرر من جراء الحجز التحفظي.[٢] ويقصد من ذلك أن لا يظل التأمين محبوساً لفترة طويلة ويجب أن يكون الطلب قدم للقاضي بديوان المظالم خلال عشرة أيام من تاريخ توقيع الحجز.[٣]

وقد أوجب النظام السعودي للعلامات التجارية لكي تكون إجراءات الحجز التحفظي التي اتخذها المالك للعلامة إجراءات نظامية أن يقوم برفع الدعوى خلال عشرة أيام من تاريخ صدور الأمر"[٤]ضد خصمه.

ويشترط لصحة وقوع الحجز شروط وهي:[٥]

١. أن يكون طلب توقيع الحجز من مالك العلامة أو من وكيله.
٢. أن تكون العلامة مسجلة في المملكة العربية السعودية.
٣. أن يكون طلب توقيع الحجز على عريضة مشمولة بشهادة دالة على تسجيل العلامة.

---

(1) ورد في المادة (٥٥) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) ورد في المادة (٥٥) من نظام العلامات التجارية السعودية إذ" يجوز بعد توقيع الحجز المنازعة في كفاية التأمين الذي الحاجز وفقاً للإجراءات والأوضاع المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية".

(3) ورد في نص المادة (٤٣) من اللائحة التنفيذية.

(4) ورد في نص المادة (٥٦) من نظام العلامات السعودية.

(5) انظر : الخثعمي ، علي أحمد. حماية العلامات التجارية. مرجع سابق، ص ٩٦.

٤. أن ترفع دعوى مدنية أو جنائية في خلال عشرة أيام من تاريخ صدور الأمر في ديوان المظالم.

وجميع الإجراءات المعنية بالحجز التحفظي يقوم بتنفيذها مـأمورو الـضبط القضائي المعينين من وزير التجارة وذلك بناء على أمر القاضي بديوان المظالم.

ثانياً: لجنة التظلمات والاعتراضات :

إن اللجنة المعنية بالتظلمات والاعتراضات هي لجنة يقوم وزيـر التجـارة بتشكيلها بقرار منه[١] وتختص بالفصل في الاعتراضات والتظلمات بـالإجراءات والأوضاع المنصوص عليها[٢] نظاماً سواء الاعتراض أو التظلم من القرار الصادر برفض طلب تسجيل علامة أو غير ذلك، على أن يكون ذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إخطاره[٣] وإذا رفض التظلم من اللجنة، فلصاحب الشأن حق الـتظلم من قرار اللجنة أمام وزير التجارة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار.

ويكون الاعتراض على قبول تسجيل علامة ما مقدماً من ذي مصلحة على أن يكون ذلك خلال تسعين يوماً من تاريخ إشهارها، وعلى أن "يكون هنالـك مخالفة لأي حكم من أحكام النظام، وعلى أن يكون من شأن قبـول التـسجيل المساس بمصلحة مادية أو معنوية للمعترض،[٤] ويقدم الاعتراض لمكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة، الذي يكون دوره بعد ذلك إخطار طالـب التـسجيل

---

(1) ورد في المادة (١٤) من نظام العلامات السعودية.

(2) نص المادة (١٨) من اللائحة التنفيذية.

(3) ورد في المادة (١٤) من نظام العلامات.

(4) ورد في المادة (١٦) من نظام العلامات السعودية.

بكتاب مسجل بالاعتراض ضده وأسبابه[١] وعليه بعد ذلك الرد كتابة على الاعتراض خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إخطاره وإلا اعتبر متنازلاً عن طلبه[٢] ويسقط حقه.

أما إذا رد على الاعتراض فإن مكتب العلامات التجارية في وزارة التجارة يحيل الأوراق إلى اللجنة التي يصدر وزير التجارة قرار تشكيلها [٣] للنظر فيها، وهذه اللجنة تقوم بالاجتماع كل شهر للنظر في التظلمات والاعتراضات وإصدار القرارات بما يوافق أحكام النظام، وتكون قرارا نهائية، إذا رضي وقبلها المعترض، أما إذا لم تقبل القرارات فإن لصاحب الشأن التظلم منها أمام وزير التجارة خلال ٣٠ يوم من تاريخ إبلاغه بالقرار وذلك وفقاً للمادة (١٤) من النظام، وكذلك فإن لصاحب الشأن حق الطعن في القرارات الصادرة من وزير التجارة والقرارات الصادرة من اللجنة أمام ديوان المظالم، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار بكتاب مسجل[٤]، لأن صاحب الولاية القضائية للنظر في المنازعات الناشئة عن أحكام العلامات التجارية هو ديوان المظالم، وهو لا يقبل النظر في أي طعن أو شكوى إلا بعد صدور قرار فيها من لجنة التظلمات والاعتراضات بوزارة التجارة.

(1) ورد في المادة (٦٧) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) ورد في المادة (١٣) اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

(3) ورد في المادة (١٤) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(4) ورد في المادة (١٩) من نظام العلامات التجارية السعودية.

ثالثاً : العودة للاعتداء على العلامات التجارية :

لقد جاء النظام السعودي للعلامات التجارية بعقوبة من قام بالعود إلى ارتكاب مخالفة أو جرم لا يتفق وأحكام نظام العلامات التجارية، وذلك لقمع الغش في العلامات التجارية[1] حيث أجاز النظام للمحكمة في حال العود أن تقضي بعقوبة لا تزيد على ضعف الحد الأقصى المقرر للمخالفة مع إغلاق المحل التجاري أو المشروع لمدة لا تقل عن خمسة عشر يوماً ولا تزيد على ستة أشهر ونشر الحكم،[٢] وبذلك يكون النظام قد اشترط عدم مجاوزة ضعف مقدار العقوبة الأصلية الواردة في النظام كما في المادة (٤٩) والمادة (٥٠) من نظام العلامات التجارية السعودي.[٣]

ويعتبر عائداً حسب أحكام هذا النظام من حكم عليه في جريمة من الجرائم المنصوص عليها وفق المادة (٤٩) والمادة (٥٠) عاد إلى ارتكاب مخالفة أخرى مماثلة خلال ثلاث سنوات من تاريخ الحكم عليه نهائياً في الجريمة السابقة.[٤]

وكما سلف ذكره فإن ممارسة الإجراءات المتعلقة بالتحري والاستدلال والضبط والتحقيق والادعاء من دور مأموري الضبط القضائي المعينين من وزير التجارة وفق النظام. أما إصدار الأحكام فهو من اختصاص ديوان المظالم.

---

(1) انظر : صرخوه، يعقوب. مرجع سابق. ص٢٣٠.

(2) ورد في المادة (٥١) من نظام العلامات التجارية السعودي. ملاحظة : على أن تكون نفقة النشر على مرتكب المخالفة.

(3) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(4) ورد في المادة (٥٢) من نظام العلامات التجارية السعودي.

رابعاً : التقادم في دعوى الاعتداء على العلامات التجارية :

إن الحق في إقامة الدعوى ضد من ارتكب فعلاً من الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية يسقط بمضي مدة معينة على ارتكاب هذا الفعل، ونجد أن النظام السعودي[1] أسقط دعوى الحق العام بمضي ثلاث سنوات من تاريخ ارتكاب المخالفة دون اتخاذ أي إجراء من إجراءات التحقيق أو المحاكمة، ولا يترتب على سقوط دعوى الحق العام أي مساس بالحقوق الخاصة. وبذلك يكون النظام السعودي قد حرص على حفظ الحقوق، بأنه أجاز لكل من أصابه ضرر نتيجة ارتكاب إحدى المخالفات المنصوص عليها في النظام[2] أن يقاضي المسئول عن هذه المخالفة ويطالبه بالتعويض المناسب عما لحقه من ضرر، ويكون النظام السعودي بذلك وإن كان قد أسقط الحق العام لمن لم يتقدم بشكوى خلال ثلاث سنوات قد حفظ له حقه الخاص لدفع الضرر عنه، وبذلك يكون النظام السعودي قد أخذ بالتقادم في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية فيما يخص الجانب العام منها فحسب.

الفرع الثاني : الحماية الجزائية القضائية (إجراءات الحكم وجهته):

أولاً : الجهة المختصة بحماية العلامة التجارية من الناحية الجزائية القضائية :

فبموجب قرار مجلس الوزراء[3] فإن ديوان المظالم يكون مختصاً بحسم المنازعات التجارية بصفة مؤقتة إلى أن يتم إنشاء محاكم تجارية متخصصة تخضع

---

(1) ورد في المادة (٥٣) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) ما ورد في المادتين (٤٩)، (٥٠) التجريميتين لمخالف نظام العلامات السعودي.

(3) الصادر برقم (٢٤١) وتاريخ ١٤٠٧/١٠/٢٦هـ.

لرقابة محكمة التمييز،[١] ومن بين هذه المنازعات التجارية المنازعات الخاصة بأحكام نظام العلامات التجارية، وطلبات التسجيل والاعتراضات من ذوي المصلحة في ذلك، وتطبيق العقوبات المتعلقة بجرائم الاعتداء على العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية، حيث نص نظام العلامات التجارية على أن يختص ديوان المظالم بالفصل في كافة الدعاوى المدنية والجنائية والمنازعات الناشئة عن تطبيق النظام وتوقيع الجزاءات المقررة المخالفة لأحكام النظام.[٢]

ثانياً : إصدار الأحكام والعقوبات :

يقوم ديوان المظالم بالفصل في كافة الدعاوى المدنية والجنائية، وكذلك المنازعات الناشئة عن تطبيق النظام وتوقيع الجزاءات المقررة لمخالفة النظام. والعقوبة التي يحكم ا عند ارتكاب المخالفة لنظام العلامات التجارية هي كالآتي:

١ – الحكم بالعقوبة الأصلية :

حدد النظام العقوبات التي توقع من القاضي على مرتكب مخالفة نظام العلامات التجارية في المادة (٤٩) والمادة (٥٠).[٣]

وقد ترك النظام السعودي للقاضي بديوان المظالم اختيار العقوبة المناسبة للجرم المرتكب، حيث وضع له الحد الأعلى[٤] للعقوبة وترك له تقدير الحد الأدنى وذلك على حسب قناعته عند النظر في الدعوى.

([1]) صدر بقرار مجلس الوزراء رقم (١٦٧) وتاريخ ١٤٠١/٩/١٤هـ.

([2]) ورد في المادة (٥٩) من نظام العلامات التجارية السعودي.

([3]) جاء نص المادة "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أخرى يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن سنة وبغرامة لا تزيد عن خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين".

([4]) ورد في المادة (٤٩) من النظام بقوله :"لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد عن خمسين ألف ريال.

وإذا رفع المختص بالادعاء في قضايا العلامات التجارية من وزارة التجـارة في قضايا العود عند الاعتداء على علامة ما فإن القاضي بديوان المظـالم يوقـع العقوبة على العائد بشرط أن لا يزيد على ضعف الحد الأقصى للعقوبة المقـررة بالنظام وأن يكون ذلك خلال ثلاث سنوات من تاريخ الحكم نهائياً في الحكـم السابق، وله نشر الحكم على نفقة مرتكب المخالفة.(١)

٢ – الحكم بالعقوبة التكميلية :

لم يكتف النظام بالعقوبة الأصلية لمخالف نظام العلامات التجاري السعودي بل تعدى ذلك إلى العقوبات التكميلية بقصد ضمان أعلـى درجـات الحمايـة للعلامة، وترك للقاضي بديوان المظالم سلطة تقديرية لفرض العقوبات التكميليـة التي أوردها النظام للعلامات التجارية كالآتي :

أ – مصادرة الأشياء المحجوزة :

جاء في المادة (٥٨) من نظام العلامات التجارية السعودي أن "لديوان المظالم في أية دعوى مدنية أو جنائية أن يحكم بمصادرة الأشياء المحجوزة أو التي تحجـز فيما بعد لخصم ثمنها من التعويضات أو الغرامات أو للتصرف فيها".

يبرر ذلك أنه يساعد في إنقاذ سمعة العلامة المعتدي عليهـا،(٢) وكمـا أن للقاضي بديوان المظالم أن يحكم بالمصادرة فإن له تقدير بيع الأشـياء المـصادرة

---

(1) ورد في المادة (٥١) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(2) ملاحظة : النظام لم يبين حكم الأشياء المحجوزة المصادرة في حالة براءة المتهم..

المحجوزة وخصم ثمنها من التعويضات أو الغرامات، أو إحالتها لخزينة الدولة، أو التصرف فيها بأية طريقة أخرى يراها القاضي بديوان المظالم مناسبة".[1]

وعلى ذلك فإن المصادرة لا بد أن تكون بناء على أمر المحكمة المختصة، وقد يكون ذلك أثناء المحاكمة وقبل صدور حكم قطعي فيها، ويعتبر ذلك احتياطاً من النظام، ويسوغه ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التـصرف إذ إن قيمة العلامة التجارية في سمعتها.[2] وبذلك أصبح لديوان المظالم الأمر بمـصادرة كافة المنتجات والبضائع المحلية والمستوردة، وكذلك الآلات والأدوات والأشـياء المستخدمة في ارتكاب التعدي على العلامة التجارية حتى لو لم يتم انتهاء محاكمة المتهم، وكذلك تجدر الإشارة إلى أن نظام العلامات التجارية الـسعودي أجـاز مصادرة السلع والمنتجات المستوردة إذا كانت العلامة التي عليها مزورة أو مقلدة أو مشا ة، وسمح باستيرادها، وذلك وفقاً لأحكام النظام.[3]

كما يجوز للقاضي بديوان المظالم أن يأمر بنشر الحكم في جريدة واحـدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه"[4].

ب – إتلاف الأشياء المحجوزة :

أجازت المادة (٥٨) من نظام العلامات التجارية للقاضي بديوان المظالم "أن يأمر بإتلاف العلامات التجارية المزورة أو المقلدة أو الموضوعة أو المستعملة بغـير

([1]) ورد في المادة (٤٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات السعودي.

([2]) انظر : زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص ٤٢٦.

([3]) ورد في المادة (٥٥) في فقر ا (أ) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(4) ورد في المادة (٥٨) من نظام العلامات التجارية السعودي.

حق".[١] ولذلك فإن الأمر جوازي وليس إلزامياً يخضع للسلطة التقديرية للقاضي بديوان المظالم فللقاضي أن يتصرف في البضائع والأشياء بالطريقة التي يراها مناسبة ومتفقة مع المصلحة العامة التي يتوخى النظام تحقيقها. إلا أن النظام لم يترك الأمر على العموم بل ضبطه بقيد، كما جاء ضمن نص المادة الموضحة أعلاه[٢] "فللقاضي أن يأمر عند الاقتضاء بإتلاف الأشياء التي تحمل هذه العلامات، وذلك حتى في حالة الحكم بالبراءة". وذلك يعود إلى أن الحكم بالإتلاف يكون في حالتين :

الأولى : إذا كانت البضائع والأشياء موضع الجريمة من المواد الغذائية والتموينية.

الثانية : إذا كانت البضائع والأشياء موضع الجريمة غير المواد الغذائية والتموينية. ولكن الأمر يستدعي إتلافها، إلا أن النظام يميل إلى أن يكون "الحكم غير الإتلاف كالأمر ببيعها أو الاستفادة منها، كهبتها إلى إحدى جهات البر والخير".[٣]

---

(1) ورد في المادة المشار إليها.

(2) ورد في المادة المشار إليها.

(3) زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص ٤٣٠.

الفصل الرابع

المسائل التطبيقية

مقدمة :

يتضمن هذا الفصل تطبيقات حول عدد من القضايا المتعلقة بمخالفة وجرائم الاعتداء على العلامات التجارية في النظام السعودي مع تحليل مضمون الأحكـام الصادرة في هذه القضايا.

المسائل التطبيقية :

بعد الانتهاء من الجانب النظري في هذا البحث يأتي تناول الجانب التطبيقي وقد تناولت الدراسة فيه عدداً من القضايا التي صدرت فيها أحكام مـن ديـوان المظالم، وذلك لكونه صاحب الاختصاص في النظـر في ظـل تلـك الجـرائم والمخالفات الخاصة بالاعتداء على العلامات التجارية، وسوف أقوم بذكر ملخص للقضية ثم أقوم بتحليل مضمو ا مع ذكر الحكم والأسباب. والله الموفق.

قضية رقم (١)

ملخص القضية :

تخلص واقعة الدعوى الماثلة في أن شركة (أ) تقدمت لديوان المظالم معترضة على قرار لجنة التظلمات والاعتراضات بوزارة التجارة المنتهي إلى تأييد قرار مكتب العلامات التجارية القاضي بقبول تسجيل عبارة خاصة بمؤسسة (ب) للتجارة والملابس بحروف عربية ولاتينية وعبارة "مصنوعات إنجلترا ديلوكس" ورسم علامة خاصة كعلامة تجارية باسم مؤسسة (ب) بالفئتين ٢٤، ٢٥، ولا تشمل الحماية عبارة "مصنوعات إنجلترا ديلوكس" منفصلة عن العلامة.

وذكرت المدعية في لائحة دعواها أ ا استندت في اعتراضها أمام اللجنة على المادة (١٦) من نظام العلامات التجارية من حيث إن العلامة المراد تسجيلها تشبه إلى حد كبير علامة المدعية المسجلة التي تتألف من كلمة داخل ثلاث دوائر متوازية والتي تستعملها منذ سنوات على منتجات مطابقة ومشا ة مما جعل تلك العلامة المراد تسجيلها لا تعتبر علامة تجارية بموجب المادة (١٢/٢) وكذلك المادة (٩/٢) لأن البيانات المطلوب فيها تضليل للجمهور مثل عبارة "مصنوعات إنجلترا" وعبارة "ديلوكس" كما نصت المادة الأولى على أن تكون العلامة مبتكرة ومميزة وهذا لا ينطبق على استخدام هاتين العبارتين، ولا يمكن أن تنفرد ا شركة دون أخرى وتحتكرها، كما أن تسجيلها مدعاة لوضعها على منتجات من غير إنجلترا ديلوكس، ورغم صدور القرار إلا أنه لم يبلغ الشركة (أ) إلا بتاريخ متأخر.

وأضاف وكيل المدعية بأن لجنة التظلمات لم تتوخ العدل في استبعاد هاتين

العبارتين، حيث سبق لموكلته أن تلقت خطاب مدير عام التجارة الداخلية برفض تسجيل العلامة لموكلته على الفئتين ٢٤، ٢٥ كلمة ديلوكس الشائع الاستخدام، كما سبق رفض طلب آخر من شركة (ب) بل إن اللجنة نفسها قد نقضت قرارها، عندما ألزمت موكلته بحذف عبارة "صنع إنجليزي أصلي" ومؤخراً عندما تقدمت موكلته بطلب تسجيل علامتها التجارية المسجلة مع إضافة مصنوعات إنجلترا ديلوكس" لجأت إلى إرجاء البت فيه لحين صدور القرار في علامة (ب) من احتكار هاتين العبارتين... وقد استقر قضاء ديوان المظالم على أن أي وصف عام شائع الاستعمال لا يمكن أن يوصف بالعلامة التجارية. كما نصت المادة (١/٦) بأنه لا تعتبر علامة تجارية الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمصدر المنتجات أو الخدمات أو أصلها، أو كان من شأنه احتكار بيان للمصدر أو تسمية المنشأ بدون وجه حق، وكذلك الفقرة (١٢) من ذات المادة، ويطلب الحكم برفض التسجيل للعلامة محل الدعوى وإلغاء قرار اللجنة الصادر من أطرافها، وبعد عدة جلسات حضرها عن المدعية وكيلها المذكور وعن وزارة التجارة ممثلها، والمدعى عليه المدخل صاحب العلامة المعترض عليها، وجرت المرافعة في القضية بالاجتماع مع الأطراف حيث قدم كل منهم المذكرات والمستندات لتأييد موقفه على النحو المبين والمثبت بمحاضر ضبط جلسات الدعوى وأوراقها.

وفي الجلسة المنعقدة للنطق بالحكم أبلغت الدائرة وكيل المدعية بأنه قد صدر في موضوع القضية حكمها بإلغاء القرار المطعون عليه محل الدعوى وذلك في الدعوى المقامة من (أ) والدعوى المقامة من (ب) وأن هذا الحكم قيد الاعتراض، فطلب وكيل المدعية وقف نظر دعوى موكلته حتى يستقر الحكم الصادر في موضوع الدعوى بالنقض أو التأييد من هيئة التدقيق المختصة، وصدر بناء على

طلبه حكم الدائرة بحفظ أوراق القضية.

ثم تقدم وكيل المدعية بخطاب ذكر فيه أنه من حيث أنه قد صدر حكم هيئة التدقيق بتأييد حكم الدائرة المشار إليه الصادر بإلغاء قرار لجنة التظلمـات محـل دعوى موكلته فإنه يطلب بعث دعوى موكلته والحكم لصالح موكلته بما يفيـد انتهاء القضية بالأحكام الصادرة بإلغاء القرار محل الدعوى ليكون للمدعية حـق الاحتجاج به بصفتها من أول المعترضين على قرار اللجنة المشار إليه، واسـتوفت المرافعة في الدعوى بشأنه، وقد تم قيد طلب وكيل المدعية قضية بـرقم جديـد وأحيل إلى هذه الدائرة. وفي الجلسة التالية قرر وكيل المدعية بأنه يكتفي بما سبق أن أدلى به.

وحيث إنه قد صدر حكم الدائرة المشار إليه بإلغاء القرار محـل الـدعوى وصدر حكم هيئة التدقيق المشار إليه بتأييد هذا الحكم فإنه لا يجوز سماع الدعوى بطلب إلغاء ذات القرار السابق الفصل فيه بحكم ائي، وحيث إن ما أورده وكيل المدعية من وقائع هو من الثابت لدى الدائرة فإنه يكون من حق المدعية إجابتـها إلى طلبها الخاص من أول المعترضين على قرار اللجنة المشار إليه، وقـد اسـتوفى وكيلها المرافعة في الدعوى على نحو يؤدي إلى ذات النتيجة التي صدر الحكم ا.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : اعتداء على علامة تجارية مسجلة.

سبب القضية : منع اللبس والاشتباه، وحفظ الحقوق المبنية على الملكية القانونية الخاصة بالمالك للعلامة التجارية.

الحكم :

أولاً : عدم جواز سماع الدعوى لسابقة الفصل في موضوعها بإلغاء قرار لجنة التظلمات بقرار الدائرة المؤيد من هيئة التدقيق.

ثانياً : أحقية المدعية في الاحتجاج بالأحكام الصادرة في الموضوع المشار إليه في البند أولاً من هذا الحكم.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

الفقرة الأولى من المادة السادسة : (لا تعتبر علامة تجارية الأسماء الجغرافية).

قضية رقم (٢)

ملخص القضية :

تتحصل وقائع هذه الدعوى حسبما يبين من الإطلاع على أوراقها في أنـه بتاريخ ١٤٢٢/١/١٠هـ تقدم إلى الديوان وكيل الشركة (أ) ضد وزارة التجارة لرفضها تسجيل علامة تجارية، ويطلب إلغاء قرار وزير التجارة برفض تظلمهم من قرار لجنة التظلمات والاعتراضات في الوزارة، وقد قيدت الـدعوى بـسجلات الديوان قضية برقم ١/٩٦ / ق لعام ١٤٢٢هـ وأحيلت إلى هذه الدائرة بشرح معالي الرئيس بتاريخ ١٤٢٢/١/١٧هـ اطلعت الدائرة على أوراق القضية فتبين لها أنه منذ إحالتها وحتى اليوم لم يراجع أحد بشأ ا.

وحيث أن المادة (٤٦٣) من نظام المحكمة التجارية قد نصت على أن كـل عريضة دعوى تقدم إلى المحكمة ويترك مقدمها مراجعة المحكمة بشأ ا مدة ثلاثـة أشهر تكون ملغاة ويكون له (الحق في تجديدها).

وحيث إن المدة من تاريخ إحالة الدعوى وحتى الجلسة بلغت أكثر من ثلاثة أشهر فإنه يتعين القضاء بإلغاء عريضة الدعوى مع حق المدعي في تجديدها مـرة أخرى.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : طلب تسجيل علامة تجارية.

سبب القضية : المحافظة على الحق في ملكية العلامة بعد اشتهارها.

الحكم :

إلغاء عريضة الدعوى المقامة من وكيل الشركة (أ) ضد وزارة التجارة ، مع حق المدعى في تجديدها مرة أخرى.

تحليل مضمون الحكم :

ألغيت الدعوى وذلك لترك المدعي مراجعة المحكمة بعد تقديمه العريضة بمضي ثلاثة أشهر حسب نظام المحكمة، وجاز له إعادة تقديم الدعوى.

قضية رقم (٣)

ملخص القضية :

تقدمت إلى مكتب العلامات التجارية شركة خاصة بطلب تسجيل علامة تجارية عبارة عن كلمة "غربية جغرافية" بحروف عربية ولاتينية بالفئتين ٢٤، ٢٥ وانتهى مكتب العلامات التجارية إلى رفض تسجيل العلامة باعتبارها من الأسماء الجغرافية ولا يجوز تسجيلها استناداً لنص المادة (٦/٢) من نظام العلامات التجارية، تظلمت من قرار الرفض في الموعد، وانتهت لجنة التظلمات والاعتراضات إلى رفض تظلمها موضوعاً وتأييد قرار مكتب العلامات التجارية القاضي برفض التسجيل، ولأن قرارات لجنة التظلمات والاعتراضات لم يصادف قناعة الشركة فإ ا تقدمت بدعواها لديوان المظالم وذكرت الأسباب المؤيدة لها.

وبإحالتها إلى الدائرة التجارية الثانية بديوان المظالم عقدت لها جلسة، وفيها حضر عن الشركة وكيلها وحضر ممثل وزارة التجارة، وسألت الدائرة الممثل للشركة فيما إذا كانت الشركة قد تظلمت من قرار لجنة التظلمات والاعتراضات أمام وزير التجارة، فأفاد بأنه لم يتظلم أمامه.

وحيث إن نظر الدفع بعدم القبول والدفوع الشكلية مقدم على الفصل في موضوع الدعوى، وأن للدائرة أن تتصدى له من تلقاء نفسها، وفي أي مرحلة من مراحل الدعوى، وإن لم يثره الخصوم وحيث إن المادة الرابعة عشرة من نظام العلامات التجارية تنص على أنه لصاحب الشأن التظلم من القرار الصادر برفض طلبه خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إخطاره، أو من تاريخ فوات الميعاد المنصوص عليه في المادة السابعة وذلك أمام لجنة يصدر بتشكيلها قرار من وزير التجارة

خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه به طبقاً للشروط والأوضاع التي تحددها اللائحة التنفيذية كما تنص المادة التاسعة عشرة من ذات النظام على أن يكون لصاحب الشأن الطعن في القرارات الصادرة من وزير التجارة طبقاً لأحكام المادة (١٤) وفي القرارات الصادرة من اللجنة طبقاً لأحكام المادة السابعة أمام ديوان المظالم وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار بكتاب مسجل، فإنه وفقاً لهذه النصوص يتعين على طالب تسجيل العلامة في حال رفض طلبه أمام مكتب تسجيل العلامات أن يتظلم إلى لجنة التظلمات والاعتراضات وفي حال رفض تظلمه من قبل اللجنة فإن عليه التظلم من قرار اللجنة أمام وزير التجارة، وإذا صدر قرار وزير التجارة برفض تظلمه وتأييد قرار لجنة التظلمات والاعتراضات فإن له الحق في الطعن على قرار وزير التجارة أمام ديوان المظالم، والثابت أن الشركة لم تسلك هذه الإجراءات التي وضعها النظام بل تقدمت إلى ديوان المظالم بالتظلم من قرار اللجنة قبل التظلم أمام وزير التجارة وفقاً للمادة الرابعة عشرة من نظام العلامات التجارية وهي بهذا قد تخطت الإجراءات المنصوص عليها نظاماً مما يتعين معه القضاء بعدم قبول دعواها.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : التظلم من قرار رفض طلب تسجيل علامة تجارية.

سبب القضية : المحافظة على الحقوق بملكية العلامة.

الحكم :

عدم قبول الدعوى بالتظلم من قرار مكتب العلامات التجارية وقرار لجنة التظلمات والاعتراضات بوزارة التجارة القاضيين برفض تسجيل علامة تجارية.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

أولاً : كون العلامة اسماً جغرافياً فمنع تسجيلها وفقاً لأحكام الفقرة السادسة من المادة الثانية بالنظام.

ثانياً : لتخطي الشركة الإجراءات النظامية وتقديمها التظلم لديوان المظالم، وذلك يتعارض مع المادة الرابعة عشرة من النظام.

قضية رقم (٤)

ملخص القضية :

واقعة الدعوى تتلخص في أنه تقدم إلى الديوان رئيس مجلس إدارة مؤسسة (أ) بلائحة إدعاء قيدت بسجلات الديوان قضية تضمنت الطعن على قرار لجنة التظلمات والاعتراضات بوزارة التجارة وأفادت بأن شركة (ب) تقدمت إلى وزارة التجارة بطلب تسجيل علامة تجارية تحمل كلمة غريبة وكلمة إنجليزية ورسم رأس حيوان بالشكل الموضح في الإعلان المنشور في جريدة أم القرى.

ولأن العلامة التجارية المعلن عنها تماثل العلامة التجارية الخاصة ا المسجلة بالفئة ٣٠ وتضعها المؤسسة على منتجات المصنع الخاص ا والخاضعة لتلك الفئة ولما كانت شركة (ب) قد طلبت تسجيل الكلمة مع الرسم لتضعها على محتويات الفئة ٣٠ وهي نفس الفئة المسجلة عليها العلامة التجارية الخاصة ا، وتتطابق تماماً سواء في الرسم أو المنتجات الأمر الذي يحمل المستهلك العادي على الاعتقاد بأن تلك المنتجات هي منتجات مصنع (أ) وقد تم الاعتراض على العلامة المذكورة حسب النظام وقررت اللجنة قبول الاعتراض شكلياً، وفي الموضوع رفض الاعتراض وتأييد القرار المعترض عليه، ولأن نظام العلامات التجارية أجاز الاعتراض على قرارات اللجنة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغها بالقرار، ولأنه تم إبلاغها بالخطاب المسلم لها بقرار اللجنة برفض الاعتراض فإ ا تطعن بـالقرار وتطلب بإيقاف تسجيل العلامة المذكورة.

وحيث إنه ومنذ إحالة الدعوى إلى الدائرة التجارية الثانية لم يراجع أحد بشأ ا، ولما كان المدعي هو صاحب المصلحة من إقامة الدعوى والسير فيها أو

تركها، وتقضي القاعدة الشرعية أن المدعي متى ترك دعواه واستناداً لما تقضي به المادة (٤٦٣) من نظام المحكمة التجارية الصادر بالأمر السامي رقم ٣٢ وتـاريخ ١٣٥٠/١/١٥هـ من أن كل عريضة تقدم إلى المحكمة ويترك مقدمها مراجعـة المحكمة بشأ ا ثلاثة أشهر تكون ملغاة، وله الحق في تجديد العريضة. الأمر المتعين معه إلغاء عريضة دعوى المدعي وله الحق بإنشائها متى شاء.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : تقليد علامة تجارية.

سبب القضية : اعتداء على حق خاص.

الحكم :

قررت الدائرة إلغاء عريضة الدعوى المقدمة مـن المـدعي (أ) ضـد وزارة التجارة المتضمنة اعتراضها على قرار لجنة التظلمات والاعتراضات.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

أولاً : عدم مراجعة المدعي للدائرة التجارية الثانية بديوان المظالم لمتابعة دعـواه وحسب المادة (٤٦٣) من نظام المحكمة التجارية الصادر بالأمر السامي رقم ٣٢ وتاريخ ١٣٥٠/١/١٥هـ .

ثانياً : منع تسجيل العلامة باعتبارها من الأسماء الممنوع تسجيلها وفقـاً للفقـرة السادسة من المادة الثانية في النظام.

قضية رقم (٥)

ملخص القضية :

تتحصل واقعة الدعوى المستخلصة من أوراقها في أن وزارة التجارة أقامت دعوى الحق العام ضد صاحب مصنع للمنظفات لقيامه بإنتاج وبيع منتجات عليها علامة مقلدة، وذكرت الوزارة بادعائها الإشارة إلى شكوى مكتب المحامي بالوكالة عن شركة (ب) وشركاه للصناعة ضد المدعى عليه لقيامه ببيع وعرض منتجات عليها علامة مقلدة على علامة الشركة المشار إليها حيث تم الوقوف من قبل مفتشي الوزارة على المصنع المذكور وتم ضبط عدد ١٠٠ كرتون وضع عليها نفس العلامة، وأنه تم إجراء التحقيق مع وكيل المدعى عليه الذي أفاد في محضر التحقيق أنه ليس هناك تشابه بين العلامتين وأن العلامة مختلفة من حيث النطق والجرس الصوتي والأحرف، وأشارت الوزارة إلى نص المادة ٤٩ من نظام العلامات التجارية وأضافت بأنه بالمقارنة بين العبوتين يتبين التشابه إلى حد كبير مما يوقع المستهلك في الخلط بين المنتجين، وبالتالي فإن ما ذكره المدعى عليه بأن هناك أوجهاً للاختلاف بين المنتجين غير صحيح، ولأن ما قام به المصنع المذكور مخالف لما نصت عليه المادة المذكورة حيث قام بإنتاج وبيع منتجات وضع عليها علامة مقلدة، ولأن التاجر المدعى عليه له باع طويل بالتجارة فهو يعلم عقوبة ذلك ومخالفته للنظام، وختمت الوزارة الادعاء بطلب معاقبة صاحب المصنع بالعقوبة الواردة بالمادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية بحدها الأعلى.

وبإحالتها إلى الدائرة المختصة باشرت نظرها فعقدت لها جلسة حيث حضر ممثل الوزارة والمدعى عليه، وبمواجهة المدعى عليه بالتهمة المنسوبة إليه أجاب بأن

المصنع العائد ملكيته إليه ينتج المنظفات وأنه قام ببيع منتج مطهر وهو ذات المنتج في العينة التي لدى الدائرة، مضيفاً بأن المنتج الذي يبيعه يختلف اسمه عن العينة الأخرى الخاصة بمصانع (ب) واشتمال العينتان على كلمة لا تبرر التماثل أو تزوير العلامة لأن الكلمة تعني مطهر وهي كلمة عامة وشاملة إضافة إلى اختلاف الألوان بين المنتجين وكذلك الرسم الخارجي وأضاف بأن السوق مليء بمطهرات تقارب الشكل والألوان وأنه على استعداد لتغيير الاسم والشكل إذا كان يماثل العينة المنتجة من شركة (ب) مع إعطائه فرصة لتصريف ما لديه، وقرر اكتفاءه بما ذكر كما قرر ممثل الوزارة تمسكه بما ورد بلائحة الادعاء.

وحيث إن الدائرة بعد إطلاعها على العينتين من المنتج الذي يحمل العلامة التجارية المملوكة لشركة (ب) المسجلة على الفئتين ٣، ٥ والعينة المنتجة من المدعى عليه محل الدعوى يتضح تقارب الجرس الصوتي والحروف بينهما وتقارب شكل العبوة باللون والرسم الأمر الذي قد يوقع المستهلك العادي في الخلط بينهما إذ إن العبرة في التماثل في أوجه التشابه إذا افترقا وليس أوجه الاختلاف إذا اجتمعا الأمر الذي تنتهي معه الدائرة إلى إدانة المدعى عليه بالمخالفة المنسوبة إليه ومعاقبته عنها حيث إن هذا من باب الغش المنهي عنه شرعاً لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم : "من غشنا فليس منا" واستناداً لما نصت عليه المادة (٣/٤٩) من نظام العلامات التجارية بقولها "على أنه مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد على خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من عرض أو طرح أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة، أو مقلدة، أو موضوعة، أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك".

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : تقليد علامة تجارية مستوردة ولها سمعتها.

سبب القضية : الرغبة في الاستفادة من سمعة منتج لتحقيق تسويق لمنتج آخر.

الحكم :

إدانة المتهم وتغريمه عشرين ألف ريال.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

بالرجوع إلى الفقرة الثالثة من المادة التاسعة والأربعين من نظام العلامـات التجارية عوقب بقولها على أنه (مع عدم الإخلال بأي عقوبـة أشـد، يعاقـب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد على خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من عرض أو طرح أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك).

قضية رقم (٦)

ملخص القضية :

تخلص واقعة الدعوى في أن مؤسسة (أ) تعمل في تجارة الملابـس الجـاهزة، واشتهرت على مستوى المملكة في تجارة الشماغ الذي يحمل علامة مميزة واستيراد المؤسسة للأشمغة من مدة طويلة قرابة الثلاثين عاماً وهو أمر معروف لدى التجار وبالأسواق والمؤسسة تضع علامة مميزة لكل صنف، ومنها العلامة الموجودة على عبوة المؤسسة، وهي علامة خاصة بالمؤسسة ومستعملة على منتجا ا قبل أن تقوم مؤسسة أخرى يرمز لها بالرمز (ب) باستعمالها أو تسجيلها، وقد قامـت هـذه المؤسسة (ب) بتسجيل علامة مشا ة لعلامة مؤسسة (أ) ومن ثم قامت بتقـديم شكوى ضد (أ) أمام وزارة التجارة عن تشابه العلامتين وقامت الوزارة بـإبلاغ (أ) بذلك فطلبت (أ) تحويل القضية إلى ديوان المظالم.

هذا وقد قامت مؤسسة (ب) بعد ذلك بتطوير علامتها التجارية لتشابه تماماً العلامة الخاصة بـ (أ) وقامت بمحاولة تسجيلها لدى وزارة التجـارة وبـإعلان طلب تسجيلها لدى وزارة التجارة وبإعلان طلب تسجيلها بجريـدة أم القـرى فتداركت (أ) ذلك بالاعتراض عليها بالخطاب الموجه إلى معالي وزيـر التجـارة وفوجئت بقرار وزارة التجارة برفض الاعتراض بحجة عدم وجود أوجه شبه بين العلامتين ومن غير المعقول أن يصدر من الوزارة قراران متعارضان، القرار الأول من سعادة وكيل وزارة التجارة المساعد للتموين بوجود تشابه بـين العلامـتين وإقامة دعوى ضد (أ) في ديوان المظالم بجدة والقرار الثاني عندما اعترضـت (أ) جاء القرار بعدم وجود تشابه بين علامتها والعلامة المطلوب تسجيلها محل دعوى

(أ) المماثلة.

وختاماً طلب المدعي الحكم بإلغاء قرار اللجنة المشار إليه ومنـع تـسجيل العلامة محل الدعوى منعاً للخلط واللبس وحفظاً لحق المدعي في الرسم الموجـود على منتجا ا منذ فترة طويلة تسبق طلب التسجيل المقدم من (ب).

وفي الجلسة حضر وكيل المدعي المثبت هويته ووكالته بضبط الجلسة كمـا حضر ممثل وزارة التجارة وأبلغت الدائرة وكيل المدعي بأنه قد صدر حكم الدائرة في القضية المقامة من شركة (ب) ضد وزارة التجارة بإلغاء قرار لجنة التظلمـات والاعتراضات بوزارة التجارة للأسباب الواردة في الحكم. فقرر قائلاً : إنه طالمـا صدر حكم الدائرة المشار إليها بإلغاء القرار محل دعوى موكلي فإنني أطلب وقف نظر دعوى موكلي الماثلة وحفظ أوراقها على أن يكون لموكلي حق بعث دعواه في حال ما إذا لم يصبح حكم الدائرة المشار إليه ائياً.

وحيث إن الثابت ما تقدم بطلب وكيل المدعي وقف نظر دعوى موكلـه وحفظ أوراقها مما يعتبر تركاً من المدعي لدعواه فإن الدائرة تنهي الحكم بانقضاء الدعوى، وللمدعي حق الاحتجاج بحكم الدائرة المشار إليها الصادر بإلغاء القرار محل دعواها في حدود منطوقه وما انتهى إليه متى أصبح ائياً.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : اعتداء على علامة تجارية لم تسجل.

سبب القضية : لمنع اللبس والتشابه بين علامتين وحفظ الحق الخاص في الدعايـة والشهرة من المدعي.

الحكم :

انقضاء الدعوى بطلب وكيل المدعى وقف نظر دعـوى موكلـه وحفـظ الأوراق.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

تنازل وكيل المدعي عن الدعوى وطلبه وقفها مما يعتبر تركاً من المدعي لدعواه.

قضية رقم (٧)

ملخص القضية

تتحصل وقائع هذه الدعوى حسبما يـبين مـن أوراقهـا أنـه بتـاريخ ١٤٢١/٩/١٦هـ تقدم للديوان محامي بالوكالة عن شركة (أ) بلائحة دعوى تم قيدها بالديوان بقيد القضايا برقم ١/١٤٦٠/ق لعـام ١٤٢١هـــ، وذكـر في لائحته أن موكلته تملك العلامة التجارية منذ نشأ ا وأ ا تشكل جزءاً من اسمهـا التجاري، واتخذت ذلك علامة تجارية للدلالة على منتجا ا بـالفئتين ٢٤، ٢٥، وأن (ب) شركة سعودية تقدمت إلى وزارة التجارة بطلب لتسجيل علامة تجارية تطابق علامة موكلته بذات الحروف اللاتينية وذات الفئة من المنتجات، وأنه تقدم باعتراض على طلب التسجيل في الموعد المحدد إلا أن وزارة التجـارة أصـدرت قرارها رقم ٣٥١ / ١٤٢١ وتاريخ ١٤٢١/٦/٢٦هـ القاضي برفض اعتـراض موكلته على تسجيل العلامة المطابقة لعلامتها بحجة عدم وجود تسجيل لعلامـة موكلته في المملكة، ولم تثبت لها الشهرة العالمية وأسبقية الاستعمال في المملكـة، ولما كان ذلك يؤدي إلى الخلط واللبس بين منتجات موكلته وبين منتجات شركة (ب) وبالتالي يؤدي ذلك إلى غش جمهور المستهلكين؛ وهذا ما يخالف نص الفقرة العاشرة من المادة الثانية من نظام العلامات التجارية فإنه يطلب إلغاء قـرار وزارة التجارة سالف الذكر.

وبإحالة القضية إلى هذه الدائرة باشرت نظرها وحددت لذلك عدة جلسات كان آخرها جلسة يوم السبت ١٤٢٢/٥/١٤هـ وتخلف المدعي وكالـة عـن حضور جميع الجلسات رغم إبلاغه عن مواعيد الجلسات على عنوانه.

وحيث إنه ولما كان من المقرر أن المدعي إذا ترك تِرك فإن عـدم حـضوره للجلسات التي حدد ا الدائرة لنظر هذه القضية يعد تركاً منه لدعواه الأمر الذي تنتهي معه الدائرة إلى شطب الدعوى شطباً مؤقتاً.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : تقليد علامة تجارية.

سبب القضية : حفظ المدعي على حق ملكيته للعلامة التجارية الخاصة به.

الحكم :

شطب الدعوى بصفة مؤقتة.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

عدم حضور المدعي عدة جلسات وبناء على القاعدة من ترك دعواه تِرك.

قضية رقم (٨)

ملخص القضية :

تخلص وقائع الدعوى الماثلة في أن الشركة المدعية (أ) تقدمت إلى مكتب العلامات التجارية طالبة تسجيل كلمة مميزة الشكل كعلامة تجارية باسمها بالفئة (٢٥)، وبالإعلان عن ذلك تقدم (ب) باعتراضه استناداً إلى أنه يملك علامة مشابهة مسجلة له برقم ٥٧/١٨٨ عام ١٤٠٩هـ على أساس علامة الشركة طالبة التسجيل تشتبه مع علامته، وبعد ذلك أصدرت لجنة التظلمات والاعتراضات قرارها رقم ٤٢١/٤٨٦ بإلغاء قرار مكتب العلامات القاضي بقبول التسجيل وقد استندت اللجنة في قرارها إلى أن العلامتين متشابهتان في الشكل العام.

وخلال المدة النظامية تقدمت الشركة طالبة التسجيل بدعواها الماثلة أمام ديوان المظالم بالطعن على قرار اللجنة، مستندة إلى أن علامتها تنتهي بالحرفين (GE) بينما تنتهي علامة المعترض بالحرفين (NA) وأن الشركة ظلت تستعمل العلامة منذ فترة طويلة، ولو كان ذلك يؤدي إلى لبس وغش لما سكت المعترض.

وبإحالة الدعوى إلى هذه الدائرة باشرت نظرها، وفي الجلسة حضر وكيل الشركة المدعية ومديرها والشريك فيها وممثل وزارة التجارة وأجاب ممثل الوزارة عن الدعوى بما لم يخرج عما ورد في قرار اللجنة من أسباب، وقدم نسخة من شهادة تسجيل العلامة الأصلية على الفئة (٢٥) كما أرفق نسخة توضح علامة الشركة طالبة التسجيل محل الدعوى.

وقد عقب وكيل الشركة قائلاً : إن صاحب العلامة (أ) الفرنسي الجنسية

والذي يملك العلامة في المملكة بموجب شهادة التسجيل المشار إليها، سبق أن قمنا باستيراد بضائع تحمل هذه العلامة منذ فترات طويلة، وإذا كان صاحب العلامة يعترض على علامتنا محل الدعوى من حيث الشكل فنحن على استعداد لتعديل هذا الشكل، أما الاسم بحد ذاته فهو يختلف من حيث النطق والمعنى عن علامة المعترض، وقد سبق أن استخدمنا الكلمة بالخط العربي العادي بالسجل التجاري ولم يعترض أحد على ذلك، ولنا تسجيل على الفئة ١٨ بنفس هذه العلامة ولم يعترض صاحب العلامة رغم أن له تعاملاً ومنتجات على الفئة ١٨ كذلك، ولا مانع لدينا من أن نصطلح مع المعترض لتغيير الشكل العام لعلامتنا محل الدعوى بحيث ينتفي التشابه الذي يرونه أو تراه الدائرة.

بعد ذلك قرر الطرفان ختم أقوالهما، وأنه لم يعد لدى أي منهما ما يضيفه.

وحيث إنه بمطالعة الدائرة للعلامتين العلامة الأصلية المسجلة والعلامة المطلوب تسجيلها تبين بجلاء ووضوح تام أن كلتيهما كتبتا ورسمتا بشكل مميز وخاص جداً، وأن العلامة المطلوب تسجيلها تتحد مع العلامة الأصلية عن عمد وسابق معرفة في هذا الشكل المميز الخاص إلى درجة تكاد تصل إلى حد التطابق من حيث الشكل العام.

ومما استقر عليه القضاء في مجال العلامات التجارية أن العبرة في قياس التشابه المقتضي للخلط واللبس هو النظر إلى كل من العلامتين في حال عدم اجتماعهما في مكان وزمان واحد أمام نظر المستهلك ودون نشوء حالة من الفحص الدقيق والمقارنة، والنظر إلى العلامتين – وحالهما ما ذكر – بالنسبة للمستهلك العادي متوسط الملاحظة وفي الأحوال العادية وهو ما يمثل النسبة الغالبة من جمهور المستهلكين، خاصة في النطاق المكاني المراد تسجيلها فيه وهو المملكة العربية

السعودية باعتبار أن كلا العلامتين إنما هما باللغة الأجنبية، بل إن التـشابه بـين العلامتين يصل إلى درجة الخلط واللبس حتى في غير هذه الأحوال.

وحيث نص نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكـي رقـم م/٥ وتاريخ ١٤٠٤/٥/٤ هـ في مادته الثانية على أنه (لا تعتبر علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام : الإشارات المطابقة أو المشا ة لعلامات سـبق إيـداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين من منتجات أو خدمات مطابقة أو مشا ة) ونـص في مادته (٢٥) على أن (لمالك العلامة الحق في طلب منع غيره مـن اسـتعمالها أو استعمال أي إشارة أخرى مشا ة لها يكون من شأ ا تضليل الجمهور...).

وحيث إن تسجيل هذه العلامة محل الدعوى وحالها ما تم إيضاحه يعتبر من الغش والضرر وأكل أموال الناس بالباطل الذي ى الله ورسوله صلى الله عليـه وسلم عنه.

فإن الدائرة تنتهي إلى تأييد قرار اللجنة فيما ذهبت إليه من إلغاء قرار مكتب العلامات القاضي بقبول التسجيل.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : تقليد علامة تجارية.

سبب القضية : الاعتداء غير المشروع على الحقوق الخاصة واستغلال شهرة المنتج لصالح المعتدي.

الحكم :

رفض دعوى الشركة المعتدية.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

أولاً : التشابه الواضح بين العلامتين.

ثانياً : أن التشابه ينخدع به أغلب الناس.

ثالثاً : أن هناك اعتداءً واضحاً على حقوق الغير.

رابعاً : وحيث نص نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقـم م/٥ وتاريخ ١٤٠٤/٥/٤ هـ في مادته الثانية على أنه (لا تعتبر علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام : الإشارات المطابقة أو المشا ة لعلامـات سـبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين من منتجات أو خدمات مطابقـة أو مشا ة) ونصت المادة الخامسة والعشرون على أن (لمالك العلامة الحـق في طلب منع غيره من استعمالها أو استعمال أي إشارة أخرى مشا ة لها يكون من شا ا تضليل الجمهور...).

قضية رقم (٩)

ملخص القضية :

تخلص واقعة الدعوى الماثلة في أن وزارة التجارة تقدمت بلائحة ادعاء ضد المدعي عليه بشأن الدعوى المقامة من المحامي بالوكالة عن شركة (أ) ضد المدعى عليه لقيامه ببيع منتجات مقلدة لمنتج (أ) وحيث إنه بالتحقيق معه وبسؤاله عن مصدر المنتج المقلد ذكر أنه اشتراه من يماني تابع لمؤسسة (ب) وبدون فواتير وأنه لا يعلم أنه مقلد، وقد ضبط لدى المدعى عليه عدد (١٨ درزن) من المنتج المقلد وزن ٣٨ غرام حسب محضر الضبط المعد في ذلك، وأضافت الوزارة في لائحة دعواها ضرورة التأكد منها وهل هي أصلية أو مقلدة، وعليه فإنه مسئول عما تم ضبطه لديه من بضائع تحمل علامة تجارية مقلدة، ولا يقبل منه أن يدعى أنه لا يعلم أنها مقلدة.

وبناء على المادة (٣/٤٩) من نظام العلامات التجارية فإن الوزارة تطلب من مقام ديوان المظالم معاقبة المدعي عليه، كما أرفقت صورة عن تسجيل علامة المنتج في المملكة.

وفي الجلسة المنعقدة لنظر الدعوى أطلعت الدائرة المدعى عليه على لائحة الدعوى ومرفقاتها فذكر أن ما ورد منسوباً إليه في لائحة الدعوى ومحضر التحقيق المكون من صفحتين وما ورد في محضر الضبط صحيح لا ينكر شيئاً منه وقرر بأنه يكتفي في الإجابة عن الدعوى بما ورد على لسانه في لائحة الدعوى ومحضر التحقيق، وأضاف بأنه يعرف اليماني مندوب مؤسسة (ب) من خلال مقابلته له عندما اشترى منه البضاعة محل الدعوى وأنه يطلب مواجهته به.

وبسؤاله عن الكمية التي اشتراها وقيمة الدرزن وهل يختلف السعر عن سعر السوق ؟ أجاب بأنه قد اشترى عشرين (درزناً) من البضاعة محل الدعوى بقيمة ألفي ريال (٢٠٠٠ ريالاً) أو أكثر قليلاً، وبسؤاله عن قيمة الدرزن الواحد ذكـر أ ا ستة وأربعون ريالاً تقريباً، فسألته الدائرة : إذا كانت قيمة الدرزن كـذلك والقيمة الإجمالية التي تذكر أنك اشتريت ا البضاعة محل الدعوى ألفـي ريـال وأنك لم تشتر إلا عشرين درزناً، فإن سعر الدرزن لا يقل عن مائة ريـال، وإذا كان سعر الدرزن ما تذكر والكمية ما تذكر فإن القيمة الإجمالية إنما هي مبلـغ تسعمائة وعشرون ريالاً فحسب، وليس أكثر من ألفي ريال ؟ فلم يجـب علـى ذلك.

كما سألته الدائرة كيف لم يلاحظ الفروقات الكبيرة بين الأصلي والمقلـد، وكيف يذكر أن ذلك هو أو تعامل له مع اليماني، وفي هذه البضاعة فحـسب ؟ فأجاب نعم كان ذلك أول وآخر تعامل لي مع الموزع اليماني، وقد كان بالشراء منه من المنتج المقلد وبدون فواتير، ولم أكن أعلم بأنه مقلد في حينـه. فـسألته الدائرة : هل الفرق واضح وجلي بين المنتج المقلد والأصلي، وأطلعته الدائرة على عينة من المنتج المقلد المضبوط لديه والمنتج الأصلي المقدم مـن وكيـل الـشركة الصانعة، فأجاب : بالمقارنة بين الأصلي والمقلد يتضح أن هناك فرقاً كبيراً، ولكن عند الاطلاع على المقلد وليس تحت يدي عينة من الأصلي فإن المقلد يختلط مـع الأصلي ولا يستبين الفرق. فسألته الدائرة هل سبق له أن اشترى المنتج قبل هـذه الكمية ؟ فأجاب : لا أعتقد ذلك، لا أتذكر، الله أعلم.

بعد هذا قرر بأن العينة المرفقة بالقضية من المنتج المقلد هي جزء مما ضـبط لديه، بعد هذا قرر أنه ليس لديه ما يضيفه من أقوال أو مستندات وأعيدت تلاوة

ضبط الجلسة عليه بعدما أملي على لسانه علناً وجرى توقيعه على ذلك.

وفي الجلسة التالية حضر ممثل وزارة التجارة والمدعى عليه وقرر كل منهم ختم أقواله.

وحيث نصت المادة (٣/٤٩) من نظام العلامات التجارية على أنه مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تزيد عن خمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامات مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك.

وحيث إن الثابت بموجب المستندات الرسمية وبموجب إقرار المدعى عليه أمام الدائرة أن وزارة التجارة قد ضبطت لدى المدعى عليه وبمحله التجاري البضاعة المقلدة على العلامة والمنتج الأصلي صاحب العلامة المسجلة رسمياً بالمملكة على نحو ما تقدم.

وحيث أقر المدعى عليه أمام الدائرة بوجود اختلاف ظاهر بين العينات الأصلية والعينات المقلدة المضبوطة لديه وأنه قد قام بشرائها من يماني متجول بدون فواتير، كما ثبت تناقضه فيما أفاد به في خصوص هذه الصفقة بصورة جوهرية مما تنتهي معه الدائرة إلى ثبوت ارتكاب المدعى عليه للمخالفة المنسوبة إليه المتمثلة في شراء وبيع وعرض منتجات عليها علامات مقلدة وثبوت علمه بذلك، وأنه بعيد كل البعد أن يكون تاجراً حسن النية لا يعلم بهذا التقليد وحاله ما ذكر إلا أنه يبقى تاجر تجزئة وتخصصه في الكماليات بأنواعها المختلفة وليست التبعة عليه كما تكون على مصدر هذه البضاعة أو القائمين على توزيعها كما أنه ليس له أي سابقة في هذا الشأن كما يبين من لائحة الدعوى ويضاف إلى

ذلك أنه قد تعرف على الموزع وأدلى بشهادته ضده في القضية المرفوعة ضد الموزع وكل ذلك له أثره في تقدير العقوبة التي يستحقها المدعى عليه في هذه الدعوى.

تحليل مضمون القضية :

نوع القضية : تقليد منتج.

سبب القضية : الاستفادة من سمعة منتج لتسويق منتج أقل جودة.

الحكم :

إدانة المدعى عليه بالمخالفة المنسوبة إليه ومعاقبته عنها بتغريمه مبلغ خمسة آلاف ريال ومصادرة وإتلاف البضاعة المضبوطة لديه.

تحليل مضمون الحكم :

استند الحكم إلى :

الرجوع للفقرة الثالثة من المادة التاسعة والأربعين من نظام العلامات التجارية بالعقوبة الموقعة ضد مرتكب المخالفة.

الخاتمة :

بعد أن أتممت هذا البحث الذي تناولت فيه موضوع الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي أختتمه بذكر أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها في هذا البحث :

أولاً : **النتائج** :

١ – إن العلامة التجارية ذات أهمية في الميدان التجاري، وذلك من خلال ما تحققه من فوائد لكل من التاجر أو الصناعي ومقدم الخدمة، وكذلك المستهلك على حد سواء لكونها أداة تميز المنتجات ورمز لمصدرها، ونوعيتها، ووسيلة للدعاية والإعلان عنها.

٢ – إن العلامة التجارية لا يمكن بل يصعب حصرها في أشكال محدودة وعلى ذلك فإن أي إشارة أو علامة تتصف بصفة مميزة للسلعة التي تحملها وبالجدة وفوق كل هذا يجب أن تكون مشروعة فإنه يجوز اتخاذها علامة تجارية.

٣ – إن العلامة التجارية تصنف قانوناً بأنها عنصر من بين عناصر الملكية الصناعية والتجارية وتدخل كمفردة من مفردات الملكية الفكرية، وكما أنها حق يرد على شيء غير مادي، فهي بذلك حق يكون من الحقوق المعنوية (الذهنية) النابعة عن نتاج الفكر والذهن.

٤ – إن إصدار القوانين الخاصة بالعلامات التجارية حديث نسبياً لرجوع بداياته إلى منتصف القرن التاسع عشر وذلك بحصول الاعتراف القانوني الفعلي بالعلامة التجارية، وأن المبادرات العربية في هذا الشأن قد تأخرت إلى أن وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد في عام ١٩٧٥م.

٥ – إن النظام السعودي للعلامات التجارية قد كفل الحماية القانونية للعلامـة التجارية المسجلة وفقاً لأحكام نظامه، وقد توسع في مفهوم التـسجيل في نصوص مواده التي اشتملت على الآلية التي يجـب اتباعهـا في إجـراءات التسجيل والتي حددت نوعية الأشخاص المخولين بمكتب العلامات التجارية وما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات عند قبول التسجيل من عدمـه وقد بين أسلوب تقديم طلبات التسجيل وفحـصها وقيـدها وشـروطها والأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامات واللجـان المخولـة بقبـول الاعتراضات والتظلمات.

٦ – إن النظام السعودي للعلامات التجارية قد كفل حقوقاً تترتب بنـاء علـى تسجيل العلامة التجارية لصالح مالكها لما له من حق في ملكيتها واستعمالها استعمالاً حصرياً وتعديلها وتجديدها، والتصرف ا بنقل ملكيتها أو رهنها أو الحجز عليها.

٧ – إن النظام السعودي للعلامات التجارية قد أشتمل علـى طريـق العلامـة التجارية بشطبها وذلك وفق شروط حددها النظام وترك للقاضي بـديوان المظالم والموظف بمكتب العلامات اتخاذ القرارات في ذلك إذا مـا سـجلت العلامة خلافاً للأصول الواجب إتباعها نظاماً، ويترتب على هذا الـشطب فقدان تلك العلامة للحماية الجزائية فضلاً على انتهاء الحق في الاستئثار ا.

٨ – إن الشريعة الإسلامية قد أصلت جرائم الاعتداء على العلامـات التجاريـة وذلك بتكيفها بأ ا من أفعال الغش والخداع والتدليس للمـستهلك عنـد شرائه للمنتجات أو السلع أو الخدمات لكون من قام بالاعتداء على علامة ما بأي صورة مخالفة للنظام أراد بذلك (إيهام الغير أن ما لـيس بـصحيح

صحيح).

٩ – إن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية من طائفة الجرائم التي جرمتها الشريعة الإسلامية بتصنيفها ضمن الجرائم التعزيرية، لم يحدد لها عقوبة وتركت للاجتهاد الفقهي والقضائي سلطة إصدار الأحكام العقابية الملائمة لحال الشخص (الجاني) وظروف ارتكابه الجريمة وفق الضوابط الشرعية.

١٠ – إن صور جرائم الاعتداء على العلامات التجارية التي حددها النظام السعودي كافية للتصدي لأي اعتداء على علامة ما بقصد غش وخداع المستهلك، إلا أن العقوبات المنصوص عليها قد لا تحقق الهدف الذي وضعت من أجله لردع وتأديب المعتدي.

١١ – إن النظام السعودي للعلامات التجارية استهدف من وضع النظام بما فيه من نصوص عقابية هدفين يأتي الأول لصالح التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة بحفظ حقوقه، والثاني للمستهلك بعدم غشه أو خداعه أو التحايل عليه بتضليله.

١٢ – إن نظام العلامات التجارية السعودي تكفل بالإجراءات الفاعلة لتطبيق النظام بأمر من وزير التجارة للقيام بالتحري وجمع الاستدلالات والتحقيق والادعاء العام وما يتخذ من إجراءات تحفظية على البضائع موضع الدعوى وذلك ضماناً لسير العدالة، وإن كان هناك بعض الملاحظات على هذه الإجراءات الخاصة بالحماية الإدارية.

ثانياً : التوصيات :

١ – دعم مكتب العلامات التجارية بالإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية وزيادة عدد الفروع لكي تصبح الحماية المقررة للعلامة التجارية منتشرة في جميع مناطق المملكة.

٢ – إنشاء جهة مختصة ذات استقلالية تباشر كافة الجوانب المتعلقة بحماية العلامة التجارية والإجراءات الإدارية، وتأمين الكوادر المؤهلة والمدربة على أن يستثنى من ذلك التحقيق، فيوكل لجهة أخرى، إذ إن من يقوم بالتحري والضبط والتفتيش ينبغي ألاّ يقوم بالتحقيق.

٣ – ضرورة زيادة الإعلان والإشهار للمنتجات والخدمات لتوعية المستهلك لكي لا يتم خداعه والاحتيال عليه بالمنتجات المقلدة.

٤ – ضرورة تحفيز المنتج والصانع ومقدم الخدمة لتسجيل العلامة التجارية التابعة له لحمايتها من الاعتداء عليها.

٥ – تشديد العقوبات المنصوص عليها في النظام لكي تحقق الهدف المنشود من وضعها، وتكون كافية للردع والزجر اللازمين للمعتدي على العلامة التجارية.

٦ – أن يتم في مشروع النظام الجديد للعلامات التجارية (المعد) تلافي الأخطاء والسلبيات الموجودة في النظام الحالي، وأن يكون متماشياً مع متطلبات العصر بما فيه من استثمارات تجارية تسعى لها الدول من أجل كسب المستثمر الأجنبي للحصول على الفائدة التي تعود على الدولة والمواطنين.

وصلى الله وسلم على سيدنا محمد وآله وصحبه أجمعين.

المراجـــــع

أولاً: **القرآن الكريم**.

ثانياً: **مراجع الفقه والحديث المتقدمة** :

١. ابن فرحون، إبراهيم بن علي. تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام. بيروت، دار الكتب العلمية، ط١، ١٣٠١هـ.

٢. ابن قيم الجوزية، محمد. الطرق الحكمية في السياسة الشرعية. بيروت، دار الجيل، ط١، ١٤١٨هـ.

٣. ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد. السنن. القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، ١٩٧٣م.

٤. العسقلاني، الحافظ بن حجر. بلوغ المرام من أدلة الأحكام. القاهرة، دار البخاري، ط١، ١٤٠٩ هـ.

٥. النيسابوري، محمد بن الحجاج. صحيح مسلم. بيروت، المكتب التجاري للطباعة والنشر، بدون تاريخ.

ثالثاً : **المراجع اللغوية** :

١. ابن الأثير الجزري، أبو السعادات المبارك بن محمـد. النهايـة في غريـب الحديث. بيروت، المكتبة العلمية، ١٣٩٩هـ.

٢. ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب. بيروت، دار صـادر، الطبعـة الأولي.

٣. الرازي، محمد بن أبي بكر : مختار الصحاح، بيروت، دار الكتاب العربي.

٤. الزمخشري، محمود بن عمر. الفائق في غريب الحديث. لبنـان،،دار المعرفـة الجامعية، الطبعة الثانية.
٥. الفيروزآبادي، محمد بن يعقوب. القاموس المحيط.
٦. مجمع اللغة العربية بالقاهرة - المعجم الوسيط. دار المعارف. ١٤٠٠هـ.

رابعاً: **المراجع الفقهية الحديثة** :

١. أبو سنة، محمد. نظرية الحق. بحث في الفقه الإسلامي، صادر عن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية بالقاهرة، ١٩٧١م.
٢. الزرقا، مصطفى. المدخل الفقـهي العام "نظرية الالتزام العامة"، دمشق، دار الفكر جـ٣، سنة ١٣٧٧هـ.
٣. الشوكاني، محمد علي. نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار. دار الحديث، جـ٥، ط١، ١٤١٣هـ،.
٤. عامر، عبد العزيز. التعزير في الشريعة الإسلامية. القاهرة، مكتبة مصطفى البابي، ط ٣، ١٩٥٧م.
٥. العوا، محمد سليم. أصول النظام الجنائي الإسلامي. مصر، دار المعارف.
٦. عودة، عبد القادر. التشريع الجنائي. مصر. مطابع المدني، جـ ٢، ط٢، ١٣٨٤هـ.
٧. عودة، عبد القادر. التشريع الجنائي الإسلامي. بيروت، مؤسسة الرسالة، جـ١، ط١١، ١٤١٢هـ،.
٨. الموسوعة الفقهية الكويتية، الكويت، ط ذات السلاسل جـ ١٨.
٩. وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية. الموسوعة الفقهية، الكويت، ذات

السلاسل.

خامساً : المراجع القانونية :

١. أحمد، محمد منصور. جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية. الرياض، دار الرياض للطباعة والنشر، ١٩٨٥م.

٢. إسماعيل، محمد حسن. رعايا القانون العربي بشأن العلامات التجارية لعام ١٩٧٥، عدد ١٣، سنة ١٩٨٢.

٣. الأسمر، صلاح سليمان. العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري. مطبعة التوفيق، عمان سنة ١٩٨٦م،.

٤. الأسمر، صلاح سليمان. قانون العلامات التجارية في القانون الأردني. عمان، مطبعة التوفيق، ١٩٨٦م.

٥. حسنين، محمد. الوجيز في الملكية الفكرية. الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ١٤٠٥هـ.

٦. الخولي، أكثم أمين. الموجز في القانون التجاري. القاهرة، ١٩٧٠م.

٧. زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية التجارية. عمان، دار الثقافة. ٢٠٠٠م.

٨. سعودي، محمد توفيق. القانون التجاري. القاهرة، مطبعة أكاديمية الشرطة،جـ ١، ١٩٩٣م.

٩. الشرقاوي، محمود سمير. القانون التجاري. القاهرة، دار النهضة العربية، جـ ١، ١٩٧٨م.

١٠. شفيق، محسن. القانون التجاري المصري. حلب، مطبعة القاهرة، ١٩٤٩م.

١١. شفيق، محسن، الوسيط. في القانون التجاري،الجزء الأول، ١٩٥٦م، فقرة ٣٥٥.

١٢. صرخوه، يعقوب يوسف، النظام القانوني للعلامات التجارية الكويتي، مطبعة

ذات السلاسل، سنة ١٩٩٣م.
١٣. طه، مصطفى كمال. الوجيز في القانون التجاري. الإسكندرية، منشاة المعارف، جـ ١، ط ١، ١٩٦١م.
١٤. عباس، محمد حسني، الملكية الصناعية والمحل التجاري. مصر، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧١م.
١٥. عبد التواب، معوض. الوسيط في شرح الخداع والغش في التدليس وتقليد العلامات التجارية. الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، ١٩٨٥م.
١٦. عبد الرحمن، حمدي. الحقوق القانونية. القاهرة، دار الفقه المصري، ١٩٧٥م.
١٧. عبد الرحيم، ثروت. الملكية التجارية والصناعية. القاهرة، مكتبة الحاسبة، ١٤٠٧هـ.
١٨. عبد الرحيم، ثروت. الملكية التجارية الصناعية في الأنظمة السعودية. الرياض، مطبعة جامعة الملك سعود.
١٩. العدوي، جلال على وزملاؤه. الحقوق وغيرها من المراكز القانونية. الإسكندرية، مطبعة المعارف، ١٩٩٦م، ص٣٧٤.
٢٠. عوض، علي جمال الدين. الوجيز في القانون التجاري. القاهرة، دار النهضة العربية، جـ ١، ١٩٧٥م.
٢١. الفكهاني، حسن. الموسوعة الجنائية الأردنية. جـ ١، ١٩٧٩.
٢٢. القليوبي، سميحة. الموجز في التشريع الصناعي. القاهرة، مطبعة الاتحاد العربي، ١٩٦٨م.
٢٣. القليوبي، سميحة. القانون التجاري. القاهرة، جـ ١، ط ١، ١٩٧٦م.
٢٤. القليوبي، سميحة. الملكية الصناعية. القاهرة، دار النهضة العربية،١٩٦٧م.

٢٥. الكسواني، عامر محمود. الملكية الفكرية. عمان، دار الجيب، ١٩٩٨م.
٢٦. محرز، أحمد محمد. القانون التجاري. مصر، مطبعة جامعة القاهرة، ١٩٩٤م.
٢٧. ناصيف، إلياس.الموسوعة التجارية الشاملة. لبنان،مطبعة عويدات، جـ١،١٩٩٩م.
٢٨. الناهي، صلاح الدين. الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. دار الفرقان، طبعة ١٩٨٣م.

سادساً : الرسائل العلمية :

١. الجعيد، عبد الله وارد. تسجيل العلامات التجارية الفارقة في المملكة العربية السعودية. دبلوم عال، معهد الإدارة العامة، الرياض، ١٤٠٦هـ.
٢. الخثعمي، علي أحمد. حماية العلامات التجارية المسجلة في المملكة العربية السعودية. دبلوم عال، معهد الإدارة العامة، الرياض، ١٤٢٠هـ.
٣. الصبيح، إبراهيم، عبد العزيز. العلامات التجارية في المملكة وحمايتها القانونية. دبلوم عال، معهد الإدارة العامة، الرياض، ١٤٠١هـ.

سابعاً: المجلات العلمية.

١. إسماعيل، محمد حسن. رعايا القانون العربي بشأن العلامات التجارية لعام ١٩٧٥. ملحق مجلة نقابة المحامين، عدد ١٣، سنة ١٩٨٢.
٢. العبادي، عبد السلام داود. الفقه الإسلامي، الحقوق المعنوية. بحث بمجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد ٥ الجزء ٣ سنة ١٤٠٦هـ.

ثامناً : **الأنظمة والوثائق الرسمية** :

١. قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٢٣ لسنة ١٩٥٢م.

٢. قانون العلامات التجارية المصري رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩م.

٣. قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٧٤م بالإمارات العربية المتحدة.

٤. قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٣ لسنة ١٩٧٨ بقطر.

٥. المرسوم الأميري البحريني رقم ١٩٧٧/٢٢ بتعديل بعض نصوص التنظيمات الخاصة بالنماذج الصناعية والعلامات التجارية والتصحيحية لسنة ١٩٥٥.

٦. نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكـي رقـم م / ٥ وتاريخ ١٤٠٤/٥/٤هـ، ولائحته التنفيذية الصادرة بقرار وزير التجارة رقم ٩٤ بتاريخ ١٤٠٤/٨/٥هـ.

٧. نظام العلامات التجارية الفارقة السعودي الصادر بالأمر الملكي رقم ٨٧٦٢ وتاريخ ١٣٥٨هـ.

فهرس الموضوعات